

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-87-26>

УДК 005.35:631.1

ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

PRACTICAL APPROACHES TO FOSTERING AND DEVELOPING SOCIAL RESPONSIBILITY IN AGRICULTURAL ENTERPRISES

Тюріна Альона Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент,

Національний університет біоресурсів і природокористування України;

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0894-8897>**Казимиров Андрій Володимирович**

аспірант,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7872-1980>**Tiurina Alona**

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine;

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Kazymyrov Andrii

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

У статті досліджено практичні підходи до формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств України. Встановлено, що в умовах дефіциту сільської інфраструктури та низького рівня доходів населення, концепція КСВ трансформується у стратегічно важливий інструмент збалансування інтересів агробізнесу та територіальних громад. На основі результатів емпіричного опитування здійснено компаративний аналіз очікувань ключових стейкхолдерів. Виявлено, що ключовими драйверами розвитку КСВ для підприємств у 2025 році є вимоги власників та потенційні фіскальні преференції з боку держави. Розроблено типологічну схему класифікації підприємств за трьома рівнями інтеграції КСВ: високим (стратегічне управління на засадах ESG), середнім (реалізація окремих соціальних програм та підтримка партнерств) і базовим (локальні благодійні заходи та виконання законодавчого мінімуму).

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, сільськогосподарські підприємства, агробізнес, стейкхолдери, ESG-стратегії, сільські громади, сталий розвиток, нефінансова звітність.

This article examines practical approaches to the formation and development of corporate social responsibility, using the activities of Ukraine's ten largest agricultural enterprises as a case study. The relevance of this topic stems from intensifying global competition, the high interdependence of supply chain participants, and growing public pressure to comply with environmental safety and quality-of-life standards. To achieve the purpose of the study, a range of general scientific and specialised methods were used, including: surveys, analysis, synthesis, economic and statistical analysis, the abstract-logical method and scientific generalisation, which ensured the objectivity of the authors' conclusions. It has been established that, in the context of a shortage of rural infrastructure (transport, medical, housing) and low levels of household income, the concept of CSR is transforming into a strategically important tool for balancing the interests of agribusiness and local communities. Based on the results of an empirical survey conducted in 2025, a comparative analysis of the expectations of key stakeholders was carried out. A conceptual gap in priorities was identified: 66.6% of community leaders equate CSR with funding social programmes to improve the living conditions of rural residents, whilst 66.6% of business leaders see its essence in adhering to market ethics and maintaining responsible relationships with partners. Quantitative assessment showed that most managers of agricultural holdings give a modest assessment of their own social activity, indicating an insufficient level of institutionalisation of social practices within corporate structures. It was found that the key drivers of CSR

development for enterprises in 2025 are the requirements of owners and potential fiscal incentives from the state. A typological classification scheme for enterprises has been developed based on three levels of CSR integration: high (strategic management based on ESG principles), medium (implementation of individual social programmes and support for partner farms) and basic (local charitable activities and compliance with the minimum legal requirements).

Keywords: corporate social responsibility, agricultural enterprises, agribusiness, stakeholders, ESG strategies, rural communities, sustainable development, non-financial reporting.

Постановка проблеми. Сучасне сільське господарство стикається з посиленням інтеграції та конкуренції у світовій економіці, високим рівнем взаємозалежності між учасниками ланцюгів постачання, різноманітними інтересами зацікавлених сторін, а також численними конфліктами, скандалами та тиском громадськості, пов'язаними з екологією, безпекою харчових продуктів та стандартами життя людей. На додаток до цих викликів, українське сільське господарство стикається із соціальними та структурними проблемами, що виникають у процесі перехідного євроінтеграційного періоду, адже поточна соціально-економічна ситуація в українських селах далека від європейських стандартів життя. Сільські громади стикаються з дефіцитом транспортної, медичної та житлової інфраструктури, недостатнім фінансуванням і, як наслідок, падінням рівня життя. Водночас суспільні очікування щодо зобов'язань сільськогосподарських підприємств, щодо соціальної та екологічної відповідальності є високими.

Такі очікування громад щодо соціальної ролі агробізнесу є специфічним інституційним пережитком радянської епохи, коли підприємства (колгоспи) забезпечували повний спектр життєдіяльності сіл. Після 1991 року різке скорочення державної підтримки та передача соціальних об'єктів на баланс муніципалітетів виявилися контрпродуктивними через слабкість місцевого самоврядування [1]. Подальші перетворення українського сільського господарства за останнє десятиліття відображаються у концентрації землі та активів і консолідації у великі господарства, однак ці перетворення не сприяють вирішенню соціальних проблем у сільській місцевості.

Незважаючи на позитивний економічний вплив великих сільськогосподарських підприємств (вони часто є єдиним джерелом інвестицій та зайнятості в сільській місцевості, мають високу продуктивність тощо), їх звинувачують у експлуатації сільських ресурсів, не сприяючи розвитку та захисту навколишнього середовища в сільській місцевості. Сільські громади не отримують вигоди від використання сільськогосподарських угідь, сільських

ресурсів та інфраструктури і не мають впливу на використання землі. Часто вказують на негативні екологічні наслідки інтенсивного обробітку ґрунту та вирощування сільськогосподарських культур. Сільськогосподарські угіддя здаються в оренду, і протягом терміну оренди ресурси експлуатуються на максимальну потужність, що часто призводить до деградації ґрунтів та руйнування місцевих ресурсів.

За таких умов корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) постає як необхідний практичний інструмент збалансування інтересів стейкхолдерів та вирішення соціально-екологічних конфліктів у сільській місцевості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У міжнародній практиці базовим орієнтиром виступає трактування Європейської Комісії, яка визначає КСВ як добровільну інтеграцію компаніями соціальних та екологічних аспектів у їхню повсякденну комерційну діяльність та взаємодію з усіма зацікавленими сторонами [2]. У той же час соціальна відповідальність у сучасних дослідженнях позиціонується як стійкий розвиток суспільства через формування збалансованих взаємовідносин з партнерами та працівниками, екологічну відповідальність та морально-етичний маркетинг [3].

Специфіка впровадження та розвитку практик КСВ в аграрному секторі України є об'єктом дослідження багатьох вітчизняних дослідників, чиї наукові здобутки сформували потужний теоретичний базис. Зокрема, зміст поняття корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу ґрунтовно розкрили у своїх працях Зінчук Т.О. та Левківський Є.В., які обґрунтували прикладні підходи до її реалізації в специфічних умовах сільських територій [4].

Вагомий внесок у інституційну оцінку сучасних практик забезпечення КСВ великими інтегрованими агроформуваннями здійснили Малік М.Й., Мамчур В.А. та Шпикуляк О.Г. [5]. Зазначені автори не лише надали критичну оцінку діяльності холдингів з точки зору їхньої відповідальності перед суспільством, а й аргументували нагальну потребу формування уніфікованої методики

оцінювання рівня КСВ для малого та середнього бізнесу з метою побудови об'єктивних загальнонаціональних рейтингів прозорості.

Окрім того, використання КСВ допомагає задовольнити очікування та збалансувати інтереси усіх зацікавлених сторін. Тарасюк О.В. [6], пропонує підхід, за якого соціальна відповідальність реалізується через гармонізацію економічних, соціальних та екологічних цілей підприємства, перетворюючи його на агента сталого розвитку, здатного забезпечувати синергетичний ефект між бізнес-цілями та суспільними потребами. Окрім того стратегічна інтеграція соціальної відповідальності у систему управління формує умови довгострокової стійкості та конкурентоспроможності.

Захарова О., Макаров І. [7] зауважують, що важливою є соціальна складова діяльності сільськогосподарських підприємств, яка виявляється через їх тісний зв'язок із сільськими територіями, локальними громадами та ринком праці. Байдала В.В., Єрмаков О.Ю., Нагорний В.В., Рубан О.О. зазначають, що сільськогосподарські підприємства часто виконують функції соціально-економічних «ядер» сільських регіонів, впливаючи на рівень зайнятості, розвиток інфраструктури, демографічну стабільність та якість життя населення [8; 9]. Тож, соціально відповідальні підприємства коригують свої бізнес-стратегії, інтегруючи свої соціальні та екологічні цінності з метою поліпшення добробуту суспільства.

Важливими для сьогодення є дослідження Мостенської Т.Л. та Рихлівського М.О., які вивчають зміну підходів до реалізації політики і практик корпоративної соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств в умовах воєнного стану [10].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є оцінювання сучасного стану та рівня розвитку соціальної відповідальності на прикладі десяти найбільших сільськогосподарських підприємств України. Завдання дослідження полягає у виявленні розбіжностей у сприйнятті КСВ ключовими стейкхолдерами та розробці типологічної схеми диференціації підприємств за ступенем інституціоналізації їхньої соціальної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах трансформації аграрного сектору України, посилення євроінтеграційних процесів та зростання вимог до сталого розвитку бізнесу особливої актуальності набуває оцінювання рівня соці-

альної відповідальності великих сільськогосподарських підприємств. Обґрунтування вибору саме таких компаній, як KERNEL [12], МХП [14], Астарта-Київ [13], НІБУЛОН [11], Агропросперіс [15], Елідон [17], LNZ AGRO [16], Greenstone [20], Світанок [18] та Ukrlandfarming [19], ґрунтується на низці методологічних, економічних та соціально-інституційних критеріїв.

Зауважимо, що зазначені сільськогосподарські підприємства репрезентують найбільш потужний сегмент аграрного виробництва України за обсягами земельного банку, експортного потенціалу, фінансових результатів та впливу на формування валової доданої вартості аграрного сектору. Їх діяльність має системний характер і впливає не лише на регіональні ринки праці, а й на макроекономічну стабільність держави. Саме великі агрохолдинги є драйверами впровадження сучасних стандартів корпоративного управління, нефінансової звітності та практик ESG, що робить їх релевантними об'єктами дослідження соціальної відповідальності бізнесу.

Протягом 2025 року було проведено комплексне соціологічне опитування топ-менеджменту обраних підприємств та голів відповідних сільських громад (табл. 1).

Аналіз результатів опитування свідчить про наявність певних відмінностей у сприйнятті пріоритетів соціально відповідальної діяльності бізнесу різними групами стейкхолдерів. Зокрема, голови сільських громад значно частіше асоціюють КСВ із реалізацією соціальних програм для покращення умов життя громади (66,6%), що відображає їхню орієнтацію на розвиток територій та підвищення якості життя населення. Для керівників сільськогосподарських підприємств цей показник є нижчим (46,6%), що може свідчити про більш прагматичний підхід бізнесу до соціальних ініціатив або про обмеженість ресурсів для реалізації масштабних соціальних програм. Водночас представники бізнесу значно частіше пов'язують КСВ з етичним і відповідальним ставленням до клієнтів і партнерів у бізнес-політиці (66,6%), тоді як серед керівників громад цей аспект отримав лише 14,8%. Це свідчить про домінування у підприємницькому середовищі ринкової інтерпретації соціальної відповідальності, орієнтованої на ділову репутацію, партнерські відносини та довіру у бізнес-середовищі.

Порівняльний аналіз інших складових демонструє відносно близькі оцінки щодо програм поліпшення умов праці персоналу і

Таблиця 1

Результати опитування топ-менеджерів сільськогосподарських підприємств та керівників сільських громад стосовно складових концепції КСВ у 2025 р., %

Складові концепції КСВ	Голови сільських громад	Керівники сільськогосподарських підприємств
реалізація соціальних програм з метою поліпшення умов життя громади	66,6	46,6
програми для поліпшення умов праці персоналу	24,1	23,3
навчання та розвиток персоналу	13	20
дотримання законодавства	37	13,3
етичне та відповідальне ставлення до клієнтів і партнерів у бізнес-політиці	14,8	66,6
допомога соціально незахищеним верствам населення (фінансова та соціальна допомога тощо)	24,1	10
відповідальність перед громадою, в якій підприємства здійснюють свою господарську діяльність	25,9	23,3
участь у регіональних програмах розвитку сільських територій	25,9	30
раціональне використання ресурсів та охорона навколишнього середовища	20,3	26,6

Джерело: сформовано авторами на основі результатів опитування

відповідальності перед громадою, на території якої здійснюється господарська діяльність, що свідчить про певний консенсус щодо важливості соціального партнерства між бізнесом і місцевими громадами. Водночас громади розглядають законодавчий комплаєнс як частину КСВ (37%), тоді як для менеджерів це лише базовий фон діяльності (13,3%). Подібна ситуація простежується і щодо допомоги соціально незахищеним верствам населення, де представники громад надають цьому аспекту значно більшого значення (24,1% проти 10%). Разом із тим, керівники підприємств дещо більше акцентують увагу на участі у регіональних програмах розвитку сільських територій та раціональному використанні природних ресурсів і охороні навколишнього середовища, ніж представники громад, що може свідчити про поступове зростання усвідомлення екологічної складової КСВ у бізнес-середовищі.

Таким чином, результати дослідження демонструють, що для місцевих громад концепція корпоративної соціальної відповідальності переважно пов'язана з соціальною підтримкою територій та населення, тоді як для аграрного бізнесу вона більшою мірою асоціюється з етичністю ділових відносин, репутаційною відповідальністю та ефективністю

взаємодії з партнерами. Це свідчить про необхідність формування інтегрованої моделі КСВ у аграрному секторі, яка поєднуватиме економічні, соціальні та екологічні пріоритети та враховуватиме інтереси всіх ключових стейкхолдерів сільських територій.

Також респонденти висловили свою думку щодо рівня розвитку КСВ оцінивши його за шкалою від 1 (низький рівень) до 5 (високий рівень). Результати демонструють виражену асиметрію (рис. 1).

Порівняльний аналіз оцінок рівня розвитку КСВ, наданих головами сільських громад та керівниками сільськогосподарських підприємств, свідчить про певні відмінності у сприйнятті ступеня поширення соціально відповідальних практик в аграрному секторі. Зокрема, представники сільських громад демонструють більш диференційовану оцінку розвитку КСВ: поряд із середніми та нижчими оцінками (2–3 бали) помітна частка респондентів визначає рівень КСВ як достатньо високий (4–5 балів), що свідчить про наявність позитивних прикладів співпраці аграрного бізнесу з місцевими громадами та реалізації соціальних ініціатив на територіальному рівні. Натомість керівники сільськогосподарських підприємств переважно оцінюють розвиток КСВ більш стримано, концентруючись

на нижчих рівнях (переважно 2 бали) та практично не відзначаючи високого рівня її розвитку. Це вказує на фрагментарність ініціатив та підтверджує необхідність посилення інтеграції соціальних, екологічних і управлінських принципів у діяльність сільськогосподарських підприємств.

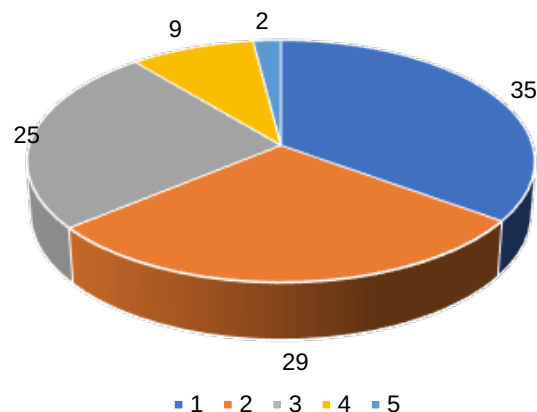
Загалом отримані результати підтверджують, що у 2025 році розвиток корпоративної соціальної відповідальності в аграрному секторі України перебуває на етапі поступового становлення, характеризується нерівномірністю реалізації соціальних ініціатив і потребує посилення стратегічного підходу до формування партнерства між аграрним бізнесом та сільськими громадами.

Для моделювання перспектив розвитку соціальної відповідальності в аграрній сфері принципове значення має аналіз мотиваційного поля та факторів, що виступають безпосередніми стимулами або бар'єрами для розширення некомерційної активності бізнесу. Тож, далі узагальнено основні чинники, які спонукали сільськогосподарські підприємства здійснювати соціально відповідальну діяльність (рис. 2).

Результати дослідження демонструють, що керівники сільськогосподарських підприємств здебільшого розглядають корпоративну соціальну відповідальність як інструмент стратегічного управління, що формується під впливом внутрішніх корпоративних вимог та ринкових чинників, тоді як представники місцевих громад пов'язують соціально відповідальну діяльність аграрного бізнесу передусім із суспільним запитом, нормативно-правовими вимогами та необхідністю підтримки позитивної репутації підприємств у громадському середовищі. Зокрема, керівники підприємств чітко вказують на пріоритет внутрішньокорпоративної вертикалі: для 60% з них ключовим спонукальним чинником виступають прямі вимоги власників або вищих акціонерних структур, що підтверджує вирішальну роль централізованої корпоративної політики та волі інвесторів у процесах інституціоналізації КСВ. Суттєве значення мають також етичні цінності керівництва (40%) та прагматичний ринковий тиск (20%), пов'язаний із необхідністю витримувати жорстку конкуренцію за утримання орендованих паїв та залучення дефіцитної кваліфікованої робочої сили в селах.

Натомість голови громад схильні трактувати дії агробізнесу крізь призму зовнішнього примусу та егоїстичних мотивів: на

Оцінка голів сільських громад



Оцінка керівників с.-г. підприємств

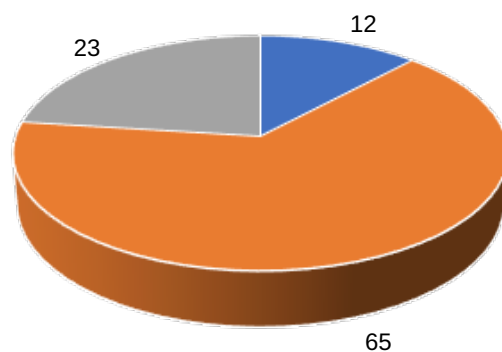


Рис. 1. Рівень розвитку КСВ у 2025 р. за групами респондентів, %

Джерело: сформовано авторами на основі результатів опитування

їхню думку, головними рушіями виступають тиск громадськості (40%), імперативи законодавства (30%) та банальне прагнення сформувати позитивний PR-імідж у ЗМІ (25%). Це вказує на збереження високого рівня взаємної недовіри та дефіцит відкритого соціального діалогу між суб'єктами господарювання та місцевим населенням.

Нижче згруповано чинники, що сприяли розвитку КСВ (рис. 3).

Отримані результати демонструють, що розвиток корпоративної соціальної відповідальності формується під впливом комплексу економічних, інституційних та соціальних факторів, серед яких ключову роль відіграють законодавчі зміни, трансформація суспільних цінностей, економічні стимули та накопичений практичний досвід аграрних підприємств у реалізації соціально відповідальних ініціатив.



Рис. 2. Ключові мотиваційні чинники розвитку КСВ за групами респондентів у 2025 р., %

Джерело: сформовано авторами на основі результатів опитування

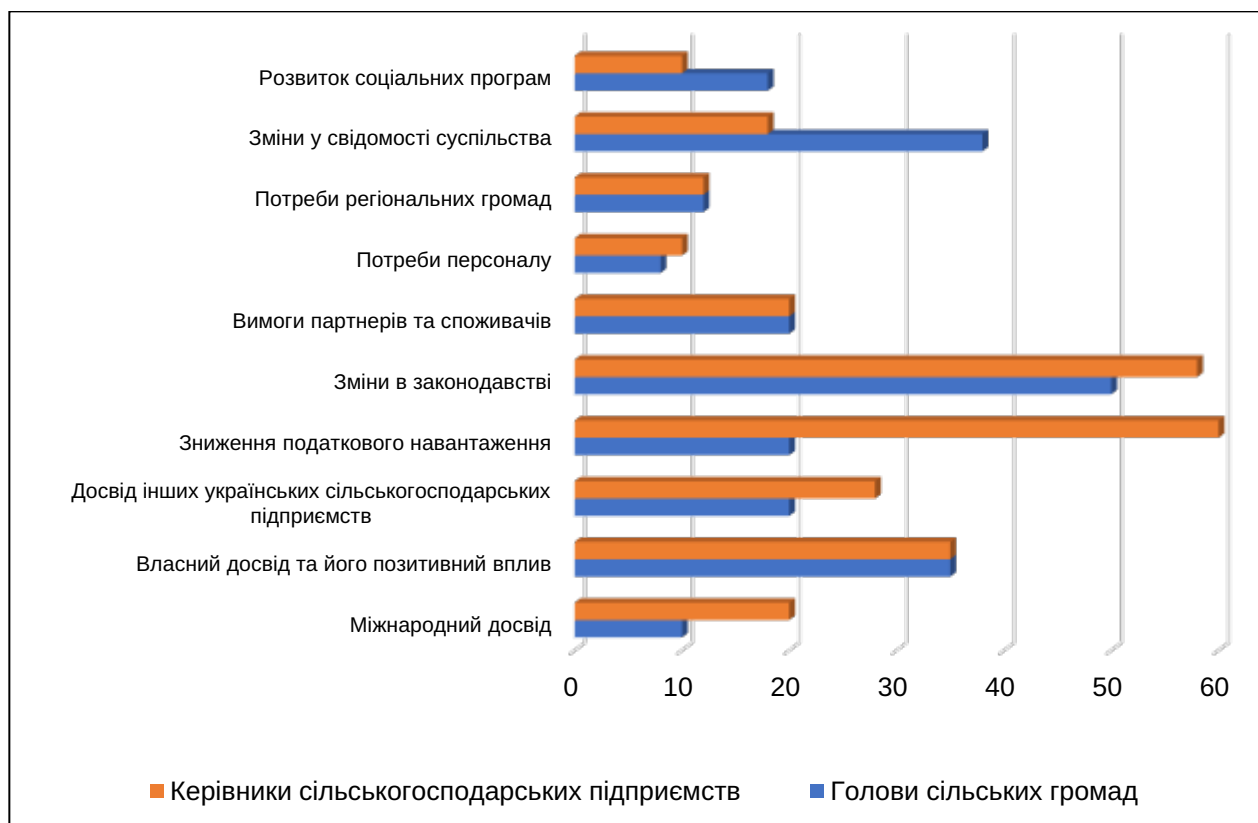


Рис. 3. Чинники, що сприяли розвитку КСВ у 2025 р., %

Джерело: сформовано авторами на основі результатів опитування

Отже, результати проведеного емпіричного дослідження, зокрема опитування голів сільських громад та керівників сільськогосподарських підприємств щодо рівня розвитку КСВ, дозволяють обґрунтувати доцільність диференціації великих аграрних компаній України за рівнями розвитку соціально відповідальної діяльності. З урахуванням отриманих результатів, а також аналізу відкритої інформації з офіційних сайтів підприємств щодо наявності стратегій сталого розвитку, соціальних програм, екологічних ініціатив і взаємодії з громадами, великі сільськогосподарські підприємства України доцільно згрупувати за трьома рівнями розвитку КСВ (рис. 4).

Так, представлена схема демонструє трирівневу структуру розвитку КСВ, що включає високий, середній та базовий рівні, які харак-

теризуються різною глибиною інституціоналізації соціально відповідальних практик. До високого рівня КСВ віднесено такі компанії, як KERNEL [12], МХП [14], АСТАРТА-КИЇВ [13] та НІБУЛОН [11], для яких характерною є стратегічна інтеграція принципів сталого розвитку та ESG-підходів у корпоративну політику. Такі підприємства реалізують комплексні програми підтримки місцевих громад, інвестують у розвиток персоналу, впроваджують екологічні інновації та публікують нефінансову звітність, що свідчить про системний характер соціальної відповідальності. Середній рівень розвитку КСВ представлений підприємствами АГРОПРОСПЕРІС [15], LNZ AGRO [16] та ЕРІДОН [17], діяльність яких характеризується частковою інтеграцією соціально відповідальних практик у господарську діяльність.

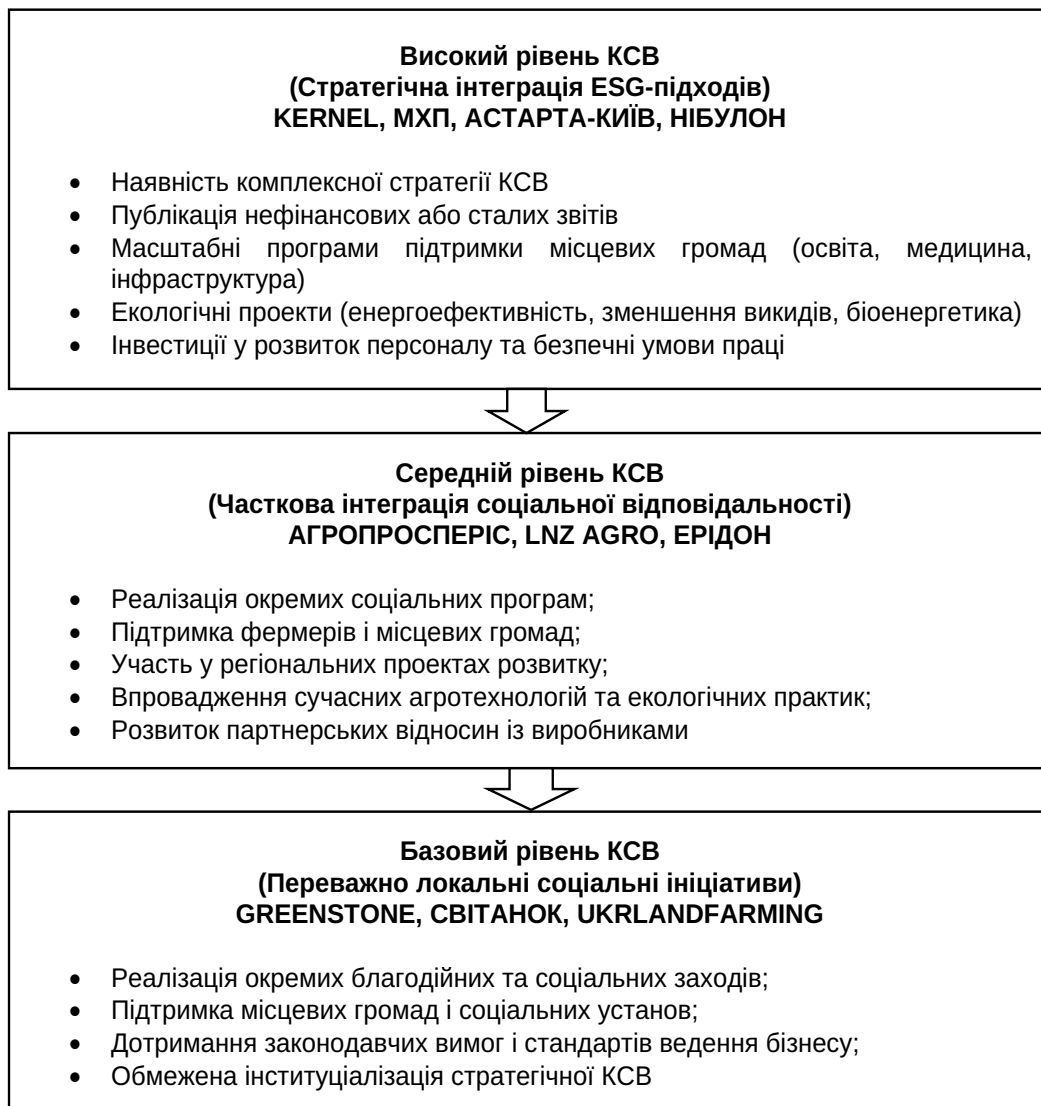


Рис. 4. Диференціація рівнів розвитку КСВ великих сільськогосподарських підприємств України

Джерело: сформовано авторами

Для цих компаній притаманна реалізація окремих соціальних програм, підтримка фермерів і місцевих громад, участь у регіональних проєктах розвитку та впровадження сучасних агротехнологій, проте соціальна відповідальність ще не має повністю інституціоналізованого характеру.

До базового рівня КСВ належать GREENSTONE [20], СВІТАНОК [18] та UKRLANDFARMING [19], де соціально відповідальна діяльність проявляється переважно у вигляді окремих благодійних або соціальних ініціатив, підтримки місцевих соціальних установ та дотримання законодавчих вимог ведення бізнесу. Для цього рівня характерною є обмежена інтеграція КСВ у стратегічне управління підприємствами.

Таким чином, запропонована схема відображає поступову еволюцію корпоративної соціальної відповідальності в аграрному секторі України, від фрагментарних соціальних заходів до системної інтеграції принципів сталого розвитку у діяльність підприємств. Отримані результати підтверджують, що рівень розвитку КСВ значною мірою залежить від масштабу підприємства, ступеня його інтеграції у міжнародні ринки, корпоративної структури управління та рівня інституційного розвитку аграрного бізнесу. У цьому контексті подальше поширення практик соціально відповідального управління в аграрному секторі сприятиме зміцненню партнерства між бізнесом і територіальними громадами, підвищенню соціальної стабільності сільських територій та забезпеченню сталого розвитку аграрної економіки України.

Висновки. Отже, корпоративна соціальна відповідальність в аграрній сфері України наразі перебуває на етапі інтенсивного становлення та глибокої інституціональної трансформації. Вона поступово еволюціонує

від застарілих радянських патерналістських очікувань безкоштовного інфраструктурного утримання територій та несистемної точкової благодійності до передових міжнародних моделей стратегічного ESG-управління.

Результати емпіричного дослідження виявили глибоку дивергенцію у сприйнятті сутності та пріоритетів КСВ різними групами стейкхолдерів сільських територій. Голови сільських громад продовжують демонструвати соціоцентричний підхід, очікуючи від агробізнесу насамперед прямого фінансування соціальних програм для покращення умов життя населення та суворого виконання регуляторних норм держави. Натомість керівники сільськогосподарських підприємств орієнтуються на ринкову та репутаційну модель, розглядаючи КСВ крізь призму етичності ділових відносин із клієнтами, побудови стійких ланцюгів постачання та капіталізації бренду. Подолання цього розриву можливе лише через перехід від моделі «донор-громада» до зрілого стратегічного партнерства, заснованого на концепції створення спільних цінностей.

Основними внутрішніми рушійними силами розвитку КСВ для менеджменту виступають жорсткі вимоги кінцевих власників капіталу та внутрішні морально-етичні цінності. При цьому найпотужнішими зовнішніми інституційними драйверами, здатними забезпечити масштабне виведення КСВ на якісно новий рівень, визнано прогресивні законодавчі зміни та реальне зниження фіскального навантаження на кошти, що інвестуються бізнесом у соціальну та екологічну сферу. Розробка дієвих державних податкових пільг для соціально відповідальних підприємств постає як один із найбільш перспективних напрямів подальших досліджень у процесі повоєнного відновлення України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Biesold Helga. Auswirkungen des Transformationsprozesses auf die sozioökonomischen Funktionen ukrainischer Landwirtschaftsunternehmen, Studies on the Agricultural and Food Sector in Central and Eastern Europe. Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe (IAMO), Halle (Saale). 2004. No. 29. 160 p. URL: <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-23062>.
2. Commission of the European Communities. Corporate social responsibility: a business contribution to sustainable development. 2011. URL: <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/corporate-social-responsibility-a-business-contribution-to-sustainable-development.html?fromSummary=17>.
3. Tiurina A., Petrunenko I., Guliyeva S., Qazizade E., Aliyeva T. Social responsibility and modern business during the global crisis: Threat or opportunity for the GUAM member countries. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*. 2023. № 10 (2). 201–212. DOI: <https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i2.1276>.
4. Зінчук Т.О., Левківський Є.В. Корпоративна соціальна відповідальність вертикально інтегрованих структур аграрного бізнесу як умова сталого розвитку. *Економіка АПК*. 2019. № 1. С. 39–49.

5. Малік М. Й., Мамчур В. А., Шпикуляк О. Г. Інституціональне середовище та формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2017. № 12. С. 5-13.
6. Тарасюк О.В. Теоретичні засади формування концепції сталого розвитку та її практична реалізація на сучасному етапі розвитку суспільства. *Економіка, управління та адміністрування*. 2025. № 11. С. 51–63. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2025-1\(11\)-51-63](https://doi.org/10.26642/ema-2025-1(11)-51-63).
7. Захарова О., Макаров І. Соціальна відповідальність бізнесу як основа сталого розвитку сільськогосподарських регіонів України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-100>.
8. Yermakov O., Nahornyi V. On the issue of development of corporate social responsibility of agricultural business entities. *Agrosvit*. 2021. Vol. 23. P. 17–24. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.23.17>.
9. Байдала В., Єрмаков О., Тюріна А., Нагорний В. Нагорна О., Рубан О. Соціально-економічні виклики у контексті сталого розвитку аграрного бізнесу: монографія. Київ: Вид. «Нова столиця», 2023. 208 с.
10. Мостенська Т. Л., Рихлівський М. О. Реалізація практик корпоративної соціальної відповідальності українськими компаніями в умовах воєнного стану. *Агроsvit*. 2025. № 6. С. 65-74. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2025.6.65>.
11. Сталій розвиток. Офіційний веб-сайт ТОВ «Нібулон». URL: <https://www.nibulon.com/stalyj-rozvytok/>.
12. Сталій розвиток. Офіційний веб-сайт «Кернел». URL: <https://www.Кернел.ua/sustainable-development/>.
13. Сталій розвиток. Офіційний веб-сайт агропромислового холдингу «Астарта». URL: <https://astartaholding.com/en/sustainability/>.
14. Сталій розвиток. Офіційний веб-сайт компанії «МХП». URL: <https://mhp.com.ua/en/pro-kompaniiu/staly-rozvytok>.
15. Офіційний веб-сайт групи компанії «Агропросперіс». URL: <https://www.agroprosperis.com>.
16. Соціальна відповідальність ЛНЗ Груп. Офіційний веб-сайт LNZ Group. URL: <https://www.lnz.com.ua/group/sotsial-na-vidpovidalnist>.
17. Соціальна відповідальність. Офіційний веб-сайт компанії «Ерідон». URL: <https://www.eridon.ua/pro-kompaniyu/socialna-vidpovidalnist>.
18. Офіційний веб-сайт агропромислової групи GREENSTONE. URL: <http://gstone.com.ua/>.
19. Офіційний веб-сайт агрофірми «Світанок». URL: <https://agrofirma-svitanok.com.ua>.
20. Офіційний веб-сайт UkrLandFarming. URL: <https://www.ulf.com.ua>.

REFERENCES:

1. Biesold Helga. (2004) Auswirkungen des Transformationsprozesses auf die sozioökonomischen Funktionen ukrainischer Landwirtschaftsunternehmen, Studies on the Agricultural and Food Sector in Central and Eastern Europe. Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe (IAMO), Halle (Saale). No. 29. 160 p.
2. Commission of the European Communities. Corporate social responsibility: a business contribution to sustainable development. 2011.
3. Tiurina A., Petrunenko I., Guliyeva S., Qazizade E., Aliyeva T. (2023) Social responsibility and modern business during the global crisis: Threat or opportunity for the GUAM member countries. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*. No 10 (2). P. 201–212.
4. Zinchuk T.O., Levkivskyi Ye.V. (2019) Korporativna sotsialna vidpovidalnist vertykalno integrovanykh struktur ahrarnoho biznesu yak umova staloho rozvytku [Corporate social responsibility of vertically integrated agribusiness structures as a prerequisite for sustainable development]. *Економіка АПК*. No 1. P. 39–49 [in Ukrainian].
5. Malik M. Y., Mamchur V. A., Shpykuliak O. H. (2017) Instytutsionalne seredovyshche ta formuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti ahrarnykh pidpriemstv [The institutional environment and the development of social responsibility in agribusiness enterprises]. *Економіка АПК*. No 12. P. 5–13 [in Ukrainian].
6. Tarasiuk O.V. (2025) Teoretychni zasady formuvannia kontseptsii staloho rozvytku ta yii praktychna realizatsiia na suchasnomu etapi rozvytku suspilstva [Theoretical foundations for the development of the concept of sustainable development and its practical implementation at the current stage of societal development]. *Економіка, управління та адміністрування*. No 11. P. 51–63 [in Ukrainian].
7. Zakharova O., Makarov I. (2023) Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak osnova staloho rozvytu silskohospodarskykh rehioniv Ukrainy [Corporate social responsibility as the basis for the sustainable development of Ukraine's agricultural regions]. *Економіка та суспільство*. № 53 [in Ukrainian].
8. Yermakov O., Nahornyi V. (2021) On the issue of development of corporate social responsibility of agricultural business entities. *Agrosvit*. Vol. 23. P. 17–24.

9. Baidala V., Yermakov O., Tiurina A., Nahornyi V. Nahorna O., Ruban O. (2023) Sotsialno-ekonomichni vyklyky u konteksti staloho rozvytku ahrarnoho biznesu: monohrafiia [Socio-economic challenges in the context of sustainable development of the agribusiness: a monograph]. Kyiv: Vyd. «Nova stolytsia», 208 p. [in Ukrainian].
10. Mostenska T. L., Rykhliykyi M. O. Realizatsiia praktyk korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti ukrainskymy kompaniiamy v umovakh voiennoho stanu [The implementation of corporate social responsibility practices by Ukrainian companies under martial law]. *Agrosvit*. 2025. No 6. P. 65-74 [in Ukrainian].
11. Nibulon (2026). Stalyi rozvytok. Available at: <https://www.nibulon.com/stalyj-rozvytok/>.
12. Kernel (2026). Stalyi rozvytok. Available at: <https://www.Kernel.ua/sustainable-development/>.
13. Astarta. Stalyi rozvytok. Available at: <https://astartaholding.com/en/sustainability/>.
14. MHP (2026). Stalyi rozvytok. Available at: <https://mhp.com.ua/en/pro-kompaniiu/stalyy-rozvytok>.
15. Agroprosperis (2026). Available at: <https://www.agroprosperis.com>.
16. LNZ Group (2026). Sotsialna vidpovidalnist LNZ Group. Available at: <https://www.lnz.com.ua/group/sotsial-na-vidpovidal-nist>.
17. Eridon (2026). Sotsialna vidpovidalnist. Available at: <https://www.eridon.ua/pro-kompaniyu/socialna-vidpovidalnist>.
18. GREENSTONE (2026). Available at: <http://gstone.com.ua/>.
19. Agrofirma «Svitanok» (2026). Available at: <https://agrofirma-svitanok.com.ua>.
20. UkrLandFarming (2026). Available at: <https://www.ulf.com.ua>.

Дата надходження статті: 17.06.2026

Дата прийняття статті до публікації: 16.07.2026

Дата публікації статті: 24.07.2026