

УДК 334.78.631.11 (477)

JEL D21; M14

Нагорний В.В.¹⁷*Національний університет біоресурсів та природокористування України
(Київ, Україна)*<http://orcid.org/0000-0001-5551-4779>**Козлова Н.О.**¹⁸*Національний університет біоресурсів та природокористування України
(Київ, Україна)*

ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті досліджено розвиток соціально відповідального бізнесу. Обґрунтовано переваги впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських компаній. Визначено основні стимули, які сприятимуть соціальній відповідальності. Запропоновано основні напрями підвищення ефективності механізму соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, конкурентоспроможність, підприємницька діяльність, механізм, корпоративна соціальна відповідальність, соціально відповідальні компанії.

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье исследовано развитие социально ответственного бизнеса. Обоснованы преимущества внедрения системы корпоративной социальной ответственности в практику украинских компаний. Определены основные стимулы, способствующие социальной направленности предпринимательской деятельности. Предложено основные направления повышения эффективности механизма социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность, конкурентоспособность, предпринимательская деятельность, механизм, корпоративная социальная ответственность, социально ответственные компании.

TO QUESTION OF FORMING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AT AGRICULTURAL ENTERPRISES

In the article investigates the development of socially responsible business. Founded are the advantages of implementing the corporate social responsibility in the practice of Ukrainian companies. The main incentives that promote social entrepreneurship orientation. A base areas increase the effectiveness of the corporate social responsibility.

Keywords: social responsibility, competitiveness, entrepreneurship, mechanism, corporate social responsibility, socially responsible company.

¹⁷ **Нагорний Віталій Володимирович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки праці та соціального розвитку, Національний університет біоресурсів та природокористування України (Київ, Україна)

¹⁸ **Козлова Наталія Олегівна**, магістр, Національний університет біоресурсів та природокористування України (Київ, Україна)

Актуальність проблеми. Актуальність проблеми формування корпоративної соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств зумовлена їх прагненням до сталого розвитку, а також світовими тенденціями і запитом суспільства щодо здорової екології та соціальної справедливості. Нині частиною ділової культури й етики провідних світових компаній стала соціальна відповідальність, наявність якої забезпечує переваги на корпоративному, регіональному та державному рівнях. Упровадження підприємствами корпоративної соціальної відповідальності надає їм такі переваги, як: поліпшення іміджу серед споживачів і партнерів, зростання довіри, посилення конкурентних позицій і, як наслідок, підвищення фінансово-економічних показників, зростання професіоналізму персоналу, підвищення рівня культури та формування безпечного навколишнього середовища. Отже, усе це забезпечує сталий розвиток в економічних системах, підвищення соціальної стабільності та рівня життя, базуючись на духовно-моральних цінностях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням, пов'язаним із соціальною відповідальністю, присвячена значна кількість публікацій вітчизняних та іноземних науковців. Розв'язання бізнесу до вирішення суспільних проблем стало темою досліджень таких світових науковців, як Беккер Г., Віден К., Дейвіс К., Котлер Ф., Крамер М., Портер М. та багато інших. Значний внесок у дослідження вивчення явища корпоративної соціальної відповідальності здійснили українські науковці, а саме: О.О. Єранкін, А.М. Колот, І.Ф. Комарницький, В.В. Кужель, О.В. Митяй, О.А. Грیشнова, І.Ю. Гришова О.Г. Чирва, І.Б. Хома, О. Охріменко, О. Лазаренко та інші.

Проте, враховуючи стрімкий розвиток суспільства, проблеми реалізації системи соціальної відповідальності бізнесу в агропродовольчій сфері потребують подальшого дослідження.

Постановка мети. Метою дослідження є висвітлення основних аспектів, ролі і необхідності поширення й упровадження соціальної відповідальності в сільському господарстві України.

Результати дослідження. Концепція корпоративної соціальної відповідальності набула поширення ще 1950-ми роками в країнах Західної Європи та США, яка полягає у свідомому ставленні суб'єктів господарської діяльності до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань, морально-етичних норм і цінностей, розуміння наслідків власної діяльності для суспільства, держави, споживачів, ділових партнерів і своїх працівників.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні перебуває на стадії становлення з 2005 року після створення Всеукраїнського громадського руху «Форум соціально відповідального бізнесу України» [10, с. 40].

Варто зазначити, що не існує абсолютного визначення корпоративної соціальної відповідальності, адже воно залежить від стадії розвитку суспільства, історичних і культурних особливостей розвитку кожної країни.

Один з провідних українських учених-дослідників корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) Анатолій Колот зазначає, що нова роль і суспільна значущість КСВ не в останню чергу пов'язані з глибокими змінами, які відбувались упродовж останніх десятиліть у тріаді «ринок – держава – організація» [11, с. 8]. У своїх працях автор наголошує про підвищення ролі організацій при виконанні завдань стійкого економічного і соціального розвитку, про суттєві зміни у зазначеній вище тріаді на користь організацій. Саме організації мають взяти на себе роль провідної ланки в механізмі узгодження в економіці й суспільстві індивідуальних і групових інтересів [11, с. 8].

Розуміння соціальної відповідальності іноземними підприємцями відрізняється від розуміння українськими. Нині в Україні під соціальною відповідальністю розуміється сплата податків, дотримання законодавства, благодійність. Підприємці ж іноземного походження соціальну відповідальність трактують ширше. Вони також називають

дотримання норм громадського суспільства, турботу про навколишнє середовище, піклування про співробітників, енергозощадження тощо.

Під соціалізацією сільськогосподарських підприємств розуміємо не стільки корпоративну філантропію чи альтруїзм, скільки добровільну участь аграрного бізнесу у розв'язанні соціально-економічних, екологічних і продовольчих проблем населення, поживлення інноваційно-інвестиційних процесів в аграрній сфері, нормалізацію демографічного стану на селі [5, с. 32].

Агрохолдингові формування роблять значний внесок у забезпечення продовольчої безпеки держави та зростання експортного потенціалу агропромислового комплексу і нині є найконкурентоспроможнішою формою організації агропромислового виробництва в Україні.

Економічні інтереси агрохолдингових формувань, що ґрунтуються на підвищенні конкурентоспроможності агропромислового виробництва й максимальному отриманні прибутку від сільськогосподарської та пов'язаної з нею діяльності, наповнюватимуться конкретним соціальним змістом лише тоді, коли поєднуюватимуться зі зростанням рівня життя сільського населення, створенням для нього в межах територіально-поселенських утворень соціального, екологічного та безпечного довкілля.

До негативних тенденцій розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні можна зарахувати те, що для 67% українських компаній реалізація соціальних програм і проектів не є актуальним завданням через дефіцит грошових коштів, а кожна десята компанія вважає, що це функція держави, а не бізнесу. Для 59,8% українських компаній інформація про діяльність компанії доступна лише для внутрішнього користування. Тільки 28,4% підприємств мають кодекси поведінки. Кількість підприємств, які мають стратегію соціальної відповідальності, становить 29,6%, тільки 17% мають спеціальний бюджет або статтю в бюджеті для проведення програм або заходів із соціальної відповідальності [2, с. 152].

До українських компаній, які практикують соціальну відповідальність бізнесу, відносять такі великі агропромислові підприємства, як Нібулон, Миронівський Хлібопродукт, Кернел Груп, Сварог Вест Груп, Астарта-Київ, АПК-Інвест, Мрія Агрохолдинг, Авангард, Кернел Холдинг, Монсанто і транснаціональні корпорації Галичина-Захід і Укрленфармінг.

Прояв соціальної відповідальності в суспільстві може бути оцінений за такими показниками, як: якість продукції, збереження навколишнього середовища від забруднення, створення нових робочих місць, гідна оплата праці, турбота про здоров'я та безпеку людей, справедливе відношення до людей, забезпечення права на отримання інформації про продукцію, сумлінне виконання своїх зобов'язань перед партнерами, державою, дотримання етичних норм [8, с. 49 – 55].

Наприклад, компанія «Нібулон» соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу реалізує за такими напрямками: забезпечення належних умов для здобуття базової освіти; поліпшення рівня медичного обслуговування; розбудова інфраструктури українського села; охорона та збереження навколишнього середовища; упровадження енергозберігаючих новітніх технологій на виробництві; рівні можливості та найкращі умови праці. Щороку спрямовує десятки мільйонів гривень на різні соціально значимі проекти, що становить 10% від фонду заробітної плати компанії. Отже, благодійну допомогу отримують десятки шкіл, дитячих садків, лікарень, сільських клубів, фельдшерсько-акушерських пунктів у селах і селищах, де працює компанія. Ремонт доріг, освітлення центральних вулиць, будівництво стадіонів, відновлення і реконструкція соціальної інфраструктури. Інвестуючи значні кошти в розвиток інфраструктури різних регіонів, ТОВ ТП «Нібулон» є ініціатором нових підходів до освоєння цих коштів громадами, створюючи довірчі відносини між суспільством і бізнесом, та успішно залучає громаду до активної участі в здійсненні тих чи інших соціальних проектів [2, с. 155].

Науковці виділяють три рівні соціальної відповідальності: перший стосується відносин із державою і проявляється в повному та своєчасному виконанні податкових зобов'язань; другий – виконання соціальних зобов'язань перед власним персоналом; третій – взаємодія із суспільством. Соціально відповідальне підприємство повинно постійно впроваджувати інноваційні проекти, що дозволять мінімізувати вплив на навколишнє середовище.

На ефективне функціонування механізму соціальної відповідальності, серед іншого в аграрному виробництві, впливають такі фактори [6, с. 164]:

1) пріоритетною умовою соціальної відповідальності бізнесу є реалізація сумлінної ділової практики у взаєминах з контрагентами. Ця умова передбачає прозорість бізнесових операцій, публічність інформації з фінансових і соціальних питань та верифікації відповідної звітності незалежними аудиторськими компаніями, що, у свою чергу, сприятиме поступовому зниженню рівня тіньової економіки в країні, подоланню бюджетного дефіциту. Обов'язковим є вчасне виконання податкових зобов'язань, що впливає на формування дохідної частини бюджету та фінансування державних соціальних програм;

2) однією з нагальних потреб багатьох галузей АПК є потреба в упровадженні новітніх технологій, модернізації виробничих потужностей. Процес пошуку шляхів гармонізації власників щодо ціни, якості, безпеки та екологічності є безпосереднім каталізатором інновацій, з них і пов'язаних із модернізацією виробничих потужностей.

У більшості країн ЄС держава стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності завдяки розробці програми підтримки і стимулювання вищезазначених процесів, визначає соціально відповідальну поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання суспільно важливих завдань [6, с. 164].

В Україні найвагомішими стимулами для реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу є зниження рівня оподаткування, а також зниження адміністративного тиску і програми від органів місцевої влади. Підприємницькі структури функціонують з дотриманням законодавства та з періодичними соціальними ініціативами. Лише провідні компанії, що займають значну ринкову нішу, здійснюють активну благодійну діяльність і широко використовують засоби зв'язків з громадськістю. Майже всі великі компанії здійснюють соціальні проекти, однак не завжди акцентують увагу на власній соціальній відповідальності.

Основним інструментом механізму соціальної відповідальності в Україні є [1, с. 26]:

- 1) упровадження систем управління соціальної відповідальності бізнесу, запровадження соціальної звітності та верифікації;
- 2) організація партнерств з групами впливу, що дозволяє підприємствам долучитися до розв'язання певних складних соціальних та екологічних проблем завдяки об'єднанню фінансових, людських та адміністративних зусиль на прозорих і чітких умовах;
- 3) розробка інноваційних товарів і послуг, які допомагають подолати конкретні соціальні проблеми;
- 4) адаптація міжнародних проектів і стратегій до українського ринку.

Важливим стимулом для підприємств має стати той факт, що соціально відповідальний підхід до діяльності підприємства впливає на його економічні показники. Як підсумок, слід визначити такі переваги від використання практик корпоративної соціальної відповідальності у своїй діяльності українськими компаніями [12, с. 92]:

- 1) розширення доступу до нових ринків за рахунок використання міжнародних стандартів;

- 2) формування позитивного іміджу та зміцнення репутації компанії за рахунок підвищення лояльності клієнтів, вартості бренду, налагодження партнерських зв'язків;
- 3) удосконалення виробничих процесів – зростання продуктивності праці, зростання прибутковості діяльності, економія витрат при використанні екологічно безпечного устаткування;
- 4) забезпечення залучення кваліфікованої робочої сили, відсутність конфліктів між працівниками та роботодавцями, стабільність трудових ресурсів, підвищення якості робочої сили;
- 5) зростання продуктивності та якості продукції;
- 6) залучення коштів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під програми корпоративної соціальної відповідальності для відповідальних бізнес-лідерів, скорочення операційних витрат;
- 7) збільшення прибутку, пришвидшення темпів зростання;
- 8) підвищення привабливості продукції, зростання обсягів продажів;
- 9) скорочення претензій з боку регулювальних органів;
- 10) підвищення конкурентоспроможності.

Зазначені переваги, з рештою, забезпечують високий імідж у міжнародних рейтингах не лише підприємств, а й країни в цілому.

Висновки. У сільському господарстві України корпоративна соціальна відповідальність перебуває на початковій стадії розвитку. Іноземні компанії дають можливість використовувати їхній досвід і практику для запровадження соціальної відповідальності на українських підприємствах.

Підприємства можуть отримати такі переваги від ведення соціально відповідального бізнесу: зниження ризику, зменшення рівня відходів, поліпшення відносин з регулювальними органами, створення та підтримка брендів, поліпшення людських взаємин і продуктивності працівників, зниження вартості капіталу.

Великі аграрні компанії мають певні стратегії, які б включали розв'язання суспільних проблем і нівелювання негативного впливу господарської діяльності на довкілля. Проте, в Україні дуже мало таких підприємств, які користуються системою соціальної відповідальності. На рівні сільськогосподарських підприємств є перешкоди для впровадження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності, а саме: нестача коштів, велике податкове навантаження, незацікавленість у веденні соціальної відповідальності.

Для поширення соціальної відповідальності в Україні необхідно забезпечити формування правового інструментарію, який стимулюватиме підприємства до активної діяльності у сфері корпоративної соціальної відповідальності, підвищуватиме зацікавленість суб'єктів господарювання в розвитку соціальних ініціатив, безперервної взаємодії влади з бізнесом, висвітлення позитивної практики в засобах масової інформації.

Література

1. Воробей В. Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи [Інформаційно-аналітичний матеріал] / В. Воробей, І. Журовська. – К.: Проект СВБ, 2012. – 56 с.
2. Гнат'єва Т.М., Ніколюк О.В. Вплив соціальної відповідальності бізнесу на конкурентоспроможність підприємств аграрного сектору / Т.М. Гнат'єва, О.В. Ніколюк // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2014. – №4(76). – С. 151–157.
3. Грیشнова О.А. Соціальна відповідальність – шлях до європейської соціальної держави в Україні / О.А. Грیشнова // Соціально-трудові відносини: теорія та практика: збірник наукових праць. – 2011. – №2. – С. 5–12.

4. Гришова І.Ю. Соціальні інвестиції як інструмент реалізації соціально-орієнтованого бізнесу / І.Ю. Гришова, Т.С. Шабатура // Вісник Сумського національного аграрного університету. «Економіка і менеджмент» – 2014. – №4. – С. 183 – 187 – (Серія).
5. Єранкін О.О. Соціальна відповідальність агробізнесу в контексті вирішення проблем розвитку сільських територій / О.О. Єранкін // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2011. – №6/2. – С. 31–34.
6. Кужель В.В. Очікуваний результат реалізації соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на стратегічний розвиток економіки агропродовольчої сфери / В.В. Кужель // Економіка: реалії часу. – 2014. – №3(13). – С. 162–166.
7. Лункіна Т.І. Основна роль і необхідність розвитку соціальної відповідальності в Україні / Т.І. Лункіна // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – №12(2). – С. 6–10.
8. Мороз О.М. Основи підприємництва: навчальний посібник / О.М. Мороз, В.І. Невмержицький. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2005. – 172 с.
9. Митяй О.В. Основні напрями оцінки потенційних можливостей аграрних підприємств / О.В. Митяй // Вектор науки Тольяттинського державного університету. – 2014. – №4. – С. 48–58.
10. Олійник О.Р. Міжнародний досвід розвитку соціальної відповідальності та можливість його застосування в Україні / О.Р. Олійник // Економіка та інноваційний розвиток національного господарства. – 2015. – №59. – С. 37–44.
11. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприяння суспільством [Електронний ресурс] / А.М. Колот // [Соціально-трудові відносини: теорія та практика](http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvtpt_2013_2_3). – 2013. – №2. – С. 6–15. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvtpt_2013_2_3
12. Іващенко А.І. Теоретичні аспекти розвитку соціально відповідального інвестування в Україні / А.І. Іващенко // Фінанси та оподаткування. – 2014. – № 3(65). – С. 90–95.
13. Чирва О.Г. Генезис и тенденции развития системы управления региональной политикой повышения конкурентоспособности пищевых предприятий в Украине / О.Г. Чирва // Азимут научных исследований экономика и управление. – 2012. – №1. – С. 6–71.

References

- 1) Vorobei V. Sotsialna vidpovidalnist biznesu. Ukrainski realii ta perspektyvy [Informatsiino-analitychnyi material] / V. Vorobei, I. Zhurovska. – К.: Proekt SVB, 2012. – 56 s.
- 2) Hnatieva T.M., Nikoliuk O.V. Vplyv sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu na konkurentospromozhnist pidpriemstv ahrarnoho sektoru / T.M. Hnatieva, O.V. Nikoliuk // Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. – 2014. – №4(76). – S. 151–157.
- 3) Hrishnova O.A. Sotsialna vidpovidalnist – shliakh do yevropeiskoi sotsialnoi derzhavy v Ukraini / O.A. Hrishnova // Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka: zbirnyk naukovykh prats. – 2011. – №2. – S. 5–12.
- 4) Hryshova I.Iu. Sotsialni investytsii yak instrument realizatsii sotsialno-oriientovanoho biznesu / I.Iu. Hryshova, T.S. Shabatura // Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. «Ekonomika i menedzhment» – 2014. – №4. – S. 183–187 (Serii).
- 5) Yerankin O.O. Sotsialna vidpovidalnist ahrobiznesu v konteksti vyrishennia problem rozvytku silskykh terytorii / O.O. Yerankin // Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. – 2011. – №6/2. – S. 31–34.
- 6) Kuzhel V.V. Ochikuvanyi rezultat realizatsii sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu ta yoho vplyv na stratehichnyi rozvytok ekonomiky ahroprodovolchoi sfery / V.V. Kuzhel // Ekonomika: realii chasu. – 2014. – №3(13). – S. 162–166.

- 7) Lunkina T.I. Osnovna rol i neobkhdnist rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini / T.I. Lunktsina // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. – 2017. – №12(2). – S. 6–10.
- 8) Moroz O.M. Osnovy pidpriemnytstva: navchalnyi posibnyk / O.M. Moroz, V.I. Nevmerzhytskyi. – K.: Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 2005. – 172 s.
- 9) Mytiai O.V. Osnovni napriamy otsinky potentsiinykh mozhlyvosti ahrarnykh pidpriemstv / O.V. Mytiai // Vektor nauky Toliattynskoho hosudarstvennogo unyversyteta. – 2014. – №4. – S. 48–58.
- 10) Oliinyk O.R. Mizhnarodnyi dosvid rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti ta mozhlyvist yoho zastosuvannia v Ukraini / O.R. Oliinyk // Ekonomika ta innovatsiiny rozvytok natsionalnogo hospodarstva. – 2015. – №59. – S. 37–44.
- 11) Kolot A.M. Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj i problemy jiji spryjannja suspiljstvom [Electronic resource] / A.M. Kolot // Socialjno-trudovi vidnosyny: teoriya ta praktyka . – 2013. http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp_2013_2_3
- 12) Ivashchenko A.I. Teoretychni aspekty rozvytku sotsialno vidpovidalnoho investuvannia v Ukraini / A.I. Ivashchenko // Finansy ta opodatkuvannia. – 2014. – № 3(65). – S. 90–95.
- 13) Chyrva O.H. Henezys y tendentsyy razvytyia systemy upravlenyia rehyonalnoi politykoi povysheniya konkurentosposobnosti pyshchevyykh predpriyatiy v Ukraine / O.H. Chyrva // Azymut nauchnykh yssledovanyi ekonomyka y upravlenye. – 2012. – №1. – S. 67–71.

AUTHOR'S ABSTRACT

JEL D21; M 14

Nahornyi V.¹⁹

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine)

<http://orcid.org/0000-0001-5551-4779>

E-mail: nagornyvitaliy@gmail.com

Kozlova N.²⁰

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine)

TO QUESTION OF FORMING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AT AGRICULTURAL ENTERPRISES

Objective. The subject of the study covers the theoretical issues of the development of corporate social responsibility of agricultural enterprises. The article considers the role of corporate social responsibility in agricultural enterprises. Features implementing CSR practices in managing one of the world's agricultural sector. The study is to highlight the main aspects of the role and need for dissemination and implementation of social responsibility in agriculture Ukraine.

¹⁹ *Nahornyi Vitalii*, Candidate of Economics Sciences, Associate Professor of Economy of Labour and Social Development Department, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine)

²⁰ *Kozlova Nataliia*, Master, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine)

The object of the research is the processes of activating the corporate social responsibility of agricultural enterprises. The subject of the study is the theoretical and applied aspects of the formation and functioning of corporate social responsibility as an element of increasing the competitiveness of agricultural enterprises.

Methods: comparison, analysis, deduction, measurement, statistics.

Results of the work: an analysis of the current state of introduction of social responsibility in agricultural enterprises and coverage of the future prospects of its development in the specifics of agrarian business.

The area of application of results: the educational process in higher education, carrying out further applied economic research.

Conclusions. In the agricultural sector of Ukraine, corporate social responsibility is at an early stage of development. Foreign companies provide an opportunity to use their experience and practice to introduce social responsibility at Ukrainian enterprises.

Businesses can benefit from socially responsible businesses: risk reduction, waste management, improved relationships with regulators, brand building and support, improved human relationships and employee productivity, and lower cost of capital.

Scientific of novelty. Large agrarian companies have certain strategies that include solving public problems and leveling the negative impact of economic activity on the environment. However, there are very few enterprises in Ukraine that use the system of social responsibility. At the level of agricultural enterprises, there are obstacles to the implementation and development of corporate social responsibility, such as: lack of funds, high tax burden, lack of interest in social responsibility.

Particular significance. To promote social responsibility in Ukraine, it is necessary to ensure the formation of legal instruments that will stimulate enterprises to engage in active corporate social responsibility, increase the interest of business entities in the development of social initiatives, the continuous interaction of authorities with business, coverage of positive practices in the media.