

Олександр Валерійович ДЕРКАЧ

здобувач Харківського національного технічного університету сільського господарства
імені Петра Василенка

E-mail: oderkach2022@ukr.net

ORCID ID: 0000-0002-9393-5985

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ АКТИВІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

Деркач О. В. Формування механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. *Український журнал прикладної економіки*. 2021. Том 6. № 2. С. 323 – 329.

Анотація

У статті досліджено питання щодо формування механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу. Встановлено, що фундаментальним базисом становлення принципово нового механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу має стати концепція соціальної конкурентоспроможності, яка вимагає трансформації соціально-економічних зв'язків, формування інтеграційної стратегії розвитку, а її зміст полягає у поступовому переході від одиничних соціальних зобов'язань до здійснення системних соціальних інвестицій і отримання на цій основі не лише економічних вигод (максимізація прибутку або задоволення фінансових інтересів власників бізнесу), а й підвищення рівня конкурентоспроможності секторів, територій, галузей, забезпечення не тільки економічної складової, але й соціального захисту персоналу суб'єктів господарювання та загальної спільноти. Обґрунтовано доцільність запровадження організаційно-економічного механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу на основі концепції формалізації впливу стану та динаміки соціальних складових економічного потенціалу вказаних суб'єктів економічних відносин на їх конкурентоспроможність, економічну ефективність основної діяльності та стабільність економічного розвитку. Узагальнюючи формування організаційно-економічного механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу на принципах поліструктурності, компліментарності, інституційної визначеності та конвергентного поєднання площин прояву економічних ефектів реалізації соціально-відповідальних ініціатив, можна стверджувати, що його практична реалізація на реальних підприємствах аграрного виробництва сприяє покращенню результативних показників діяльності підприємств аграрного виробництва в процесі трансформації соціально-економічних зв'язків галузі. Іншими словами, вважаємо доцільним зауважити, що акценти у взаємодії з бізнесом поступово зміщуються у бік добровільного саморегулювання, і бізнес-структури в аграрній сфері в контексті нарощення конкурентоспроможності поступово переходять від несистемної вимушеної добродійності до складніших, стратегічних форм взаємодії з громадськістю і владою.

Ключові слова: соціальна відповідальність, суб'єкти аграрного бізнесу, механізм активізації соціальної відповідальності.

Oleksandr DERKACH

applicant of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

FORMATION OF THE MECHANISM OF ACTIVATION AGRICULTURAL BUSINESS SUBJECTS' SOCIAL RESPONSIBILITY

Derkach O. Formation of the mechanism of activation agricultural business subjects' social responsibility. *Ukrainian Journal of Applied Economics*. 2021. Volume 6. № 2, pp. 323 – 329.

Abstract

The article examines the formation of a mechanism for enhancing the social responsibility of agricultural businesses. It is established that the fundamental basis for the formation of a fundamentally new mechanism for activating social responsibility of agricultural businesses should be the concept of social competitiveness, which requires the transformation of socio-economic ties, the formation of integration development strategy, and its content is a gradual transition from individual social obligations. commitment to systemic social investment and obtaining on this basis not only economic benefits (maximizing profits or meeting the financial interests of business owners), but also

© Олександр Валерійович Деркач, 2021 *increasing the level of competitiveness of sectors, territories,*

industries, providing not only economic but also social protection economic entities and the general community. The expediency of introduction of organizational and economic mechanism of social responsibility of agrarian business subjects based on the concept of formalization of influence of a condition and dynamics of social components of economic potential of the specified subjects of economic relations on their competitiveness, economic efficiency of basic activity and stability of economic development is substantiated. Summarizing the formation of organizational and economic mechanism of social responsibility of agribusiness on the principles of polystructurality, complementarity, institutional certainty, and convergent combination of areas of economic effects of socially responsible initiatives, it can be argued that its practical implementation in real agricultural enterprises contributes to better agricultural production. performance indicators of agricultural enterprises in the process of transformation of socio-economic relations of the industry. In other words, we consider it appropriate to note that the emphasis in cooperation with business is gradually shifting towards voluntary self-regulation, and business structures in the agricultural sector in the context of increasing competitiveness are gradually moving from non-systemic forced charity to more complex, strategic forms of interaction with public and government.

Keywords: social responsibility, subjects of agrarian business, mechanism of activation of social responsibility.

JEL classification: M14

Вступ

Здійснення соціальної відповідальності суб'єктів агробізнесу є складовою їх поточної діяльністю, спрямованою на збільшення вартості активів бізнесу через зміцнення репутації, іміджу компанії, бренду, підвищення якості продукції, збільшення лояльності клієнтів і співробітників, захисту екології, прозорості і прилюдної звітності в діловій практиці тощо. Зміщення ключових орієнтирів з питань максимізації прибутку та підвищення рентабельності на вирішення соціальних питань і інтелектуальну капіталізацію аграрного виробництва у сучасних умовах постає головним чинником досягнення економічного успіху та зміцнення конкурентних позицій на ринку суб'єктів господарювання. Однією із головних складових стратегії сталого розвитку аграрної економіки є соціальна відповідальність суб'єктів аграрного бізнесу, яка, по-суті, виступає внеском підприємств, їх об'єднань, інших категорій товаровиробників у довгостроковий сталий розвиток суспільства. Відсутність в Україні концептуальних засад регуляторного впливу на соціальну відповідальність суб'єктів аграрного бізнесу, науково обґрунтованих його принципів, важелів та інструментів, імплементації світового досвіду з цих питань до особливостей економічного розвитку аграрної економіки обумовлюють гостру необхідність та доцільність комплексного економічного дослідження цих питань.

Вагомий внесок у розробку теоретичних і прикладних аспектів соціально-відповідальної поведінки компаній зробили такі українські вчені, як Т. Гнат'єва, І. Гришова, Л. Грицина, О. Красноруцький, В. Марченко, О. Митяй, П. Орлов, А. Садеков, М. Стародубська, О. Степанова, Н. Супрун, Т. Панюк, А. Чухно, Т. Шабатура, Б. Язлюк та інші [1-11]. Разом з тим, потребують удосконалення теоретико-методичні засади активізації механізмів соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу.

Мета та завдання статті

Метою статті є дослідження питання щодо формування механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу.

Виклад основного матеріалу

Аналіз практики дотримання принципів соціальної відповідальності бізнесу дозволив визначити фактори, які впливають на ефективне функціонування її механізму, в тому числі в аграрному виробництві:

По-перше, пріоритетною умовою соціальної відповідальності бізнесу є реалізація сумлінної ділової практики у відносинах з контрагентами. Дана умова передбачає прозорість бізнесових операцій, публічність інформації з фінансових та 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.

По-друге, однією з нагальних потреб багатьох галузей аграрного сектору є необхідність у впровадженні новітніх технологій, модернізації виробничих потужностей. Управління, яке побудовано на принципах соціальної відповідальності забезпечує підприємству інноваційну спрямованість розвитку. Процес пошуку шляхів гармонізації інтересів власників щодо ціни, якості, безпеки та екологічності є безпосереднім каталізатором інновацій, у тому числі й пов'язаних із модернізацією виробничих потужностей. Отже, поширення практики реалізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу можна розглядати як додатковий важіль стимулювання їх інноваційного розвитку.

По-третє, розвиток соціальної відповідальності бізнесу вітчизняних суб'єктів господарювання сприятиме формуванню позитивного іміджу країни у світовому економічному просторі, що позитивно вплине на рівень інвестиційну привабливість України. У більшості країн ЄС держава стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності шляхом розробки програми підтримки і стимулювання вищезазначених процесів, визначає соціально відповідальну поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання суспільно важливих завдань.

В Україні зниження рівня оподаткування є найбільш вагомим стимулом для реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу. Другу та третю позиції у рейтингу стимулів займають, відповідно, зниження адміністративного тиску і програми від органів місцевої влади (табл. 1). Запровадження таких стимулів повинно формувати суспільну думку щодо пріоритетних напрямів розвитку суб'єктів агробізнесу в контексті підвищення рівня їх конкурентоспроможності, виявлення латентних впливів на мінімізацію ризиків втрати капіталу брендів відомих вітчизняних товаровиробників, забезпечення стійких лідерських позицій на внутрішніх та зовнішніх аграрних ринках та можливість «конвертації» соціальних проблем окреслених територій у додатковий дохід суб'єктів господарювання шляхом трансформації соціально-економічних зв'язків, формування інтеграційної стратегії розвитку, а її зміст полягає у поступовому переході від одиничних соціальних зобов'язань до здійснення системних соціальних інвестицій і отримання на цій основі не лише економічних вигод (максимізація прибутку або задоволення фінансових інтересів власників бізнесу), а й підвищення рівня конкурентоспроможності секторів, територій, галузей, забезпечення не тільки економічної складової, але й соціального захисту персоналу суб'єктів господарювання та загальної спільноти.

Таблиця 1. Потенційні стимули для програм соціальної відповідальності бізнесу

Стимул	Малі підприємства	Середні підприємства	Великі підприємства
Зниження податків	73,3	80,2	73,5
Зниження адміністративного тиску	51,2	56,7	48,4
Пропозиції з реалізації програм соціальної відповідальності	21,6	25,6	37,0
Розширення банку соціальних та інформаційних програм	14,9	18,1	17,9
Висвітлення у ЗМІ	17,2	14,5	15,7
Більш тісні зв'язки з неприбутковими організаціями	6,6	4,6	6,2

**Джерело [8, 10].*

Фундаментальним базисом становлення принципово нового механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу має стати концепція соціальної конкурентоспроможності, ґрунтовні принципи якої вміщує складові поняття соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу, що було виявлено в процесі експертної оцінки та опитування суб'єктів аграрного бізнесу одеського регіону. Самі такі

складові та їх питома вага окреслюють ті напрями, що задіяні соціально активними підприємствами, проте посилювати дієвість та стимулювати механізм соціальної відповідальності необхідно за допомогою тих складових, які впроваджено недостатньо активно.

В Україні понад 65% суб'єктів агробізнесу відносить до соціальної відповідальності впровадження соціальних програм поліпшення умов праці персоналу, розвиток персоналу і його навчання (63.2%), благодійну допомогу громадськості (56%), етичне відношення до покупців (49.5%) (табл. 2).

Таблиця 2. Складові поняття соціальна відповідальність бізнесу

Форми прояву	%
Впровадження соціальних програм поліпшення умов праці власного персоналу	65,5
Навчання персоналу	63,2
Благодійна допомога	56,0
Застосування в політиці компанії принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів	49,5
Участь у регіональних програмах розвитку	32,3
Реалізація екологічних програм	29,8
Політика дотримання прав акціонерів	20,8
Відкрите подання інформації про компанію	18,7

**Джерело [8, 10].*

Найуразливішими з точки зору практичної реалізації, все ж таки, залишаються реалізація екологічних програм (29,8%) та відкрите подання інформації про діяльність суб'єкту агробізнесу (18,7%).

З точки зору дієвості та ефективності механізму активізації соціальної відповідальності аграрного бізнесу дуже важливим чинником залишається аналіз сфер виникнення соціальних конфліктів в умовах воєнних дій, що спричинено посиленням міграційних потоків, збільшенням прихованого безробіття соціально незахищених верств населення, погіршенням показників соціально-економічного розвитку регіональної аграрної економіки. Організаційні механізми повинні включати превентивні заходи зниження соціальної напруги, надання поліпшених умов праці та охорони здоров'я працівників, набуття трудовим персоналом нових професійних навичок та компетенцій тощо.

Стратегічні завдання активізації соціальної відповідальності суб'єктів в аграрного бізнесу, що узгоджуються із загальною стратегією їх розвитку, класифікуються нами у розрізі економічних, соціальних та екологічних частин та отримують своє практичне впровадження в реальних діях менеджменту

Вагомою частиною формування механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу є його принципові домінанти: поліструктурності, компліментарності, інституційної визначеності та конвергентного поєднання. Забезпечення кожного з названих принципів дозволяє досягати стійкості та оптимального поєднання структурних елементів механізму та ефективності їх взаємодії в умовах у трансформації структури соціально – економічних зв'язків суб'єктів аграрного бізнесу, що дозволяє обґрунтувати економічний ефект, який буде одержаний як на рівні регіональної економіки та державному рівні, так і на рівні носіїв соціально-відповідальних ініціатив (підприємницьких структур та інших суб'єктів аграрного бізнесу). Економічним ефектом для в такому випадку постає підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єкту господарювання, покращення кінцевих результативних економічних показників і максимізація ринкової вартості бізнесу.

Принцип поліструктурності, на наш погляд є фундаментальним у розумінні економічної сутності окресленої дефініції, який розкриває дуалістичний зміст економічної природи та багато елементність механізму соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу

Принцип компліментарності, що визначає стратегічну узгодженість складових елементів механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу та характеризує економічні горизонти розвитку, які взаємодоповнюють один одного. Чинниками виміру ефективності соціальної відповідальності можуть бути різні фактори, які впливають на природу трансформацій соціально-економічних зв'язків в аграрній сфері, проте вони не заперечують фундаментальній концепції соціальної конкурентоспроможності та формування її економічного простору.

Принцип інституційної визначеності передбачає, що організаційно-економічні механізми активізації соціальної відповідальності бізнесу мають відповідні форми і інструменти регулювання, в тому числі, потребують формування відповідних інститутів, які заперечать баланс відповідальності між суб'єктами соціально-економічного розвитку за допомогою трансформації та оптимізації соціально-економічних відносин.

Механізм активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу базується на концептуальних основах соціальної конкурентоспроможності та функціональному управлінні, оскільки реалізація основних принципів передбачає проведення певних процедурних заходів соціального менеджменту, в результаті якого очікують отримати економічні результати, зокрема підвищення ринкової вартості бізнесу в довгостроковій перспективі, оптимізацію структури джерел формування соціальних інвестицій, формування внутрішніх резервних фондів соціального інвестування метою мінімізації соціальних ризиків, розвиток інтелектуального капіталу за рахунок більш ефективного використання трудових ресурсів, перехід на інноваційну модель розвитку бізнесових процесів із трансфером інноваційних технологій тощо. Концепція соціальної конкурентоспроможності передбачає формування та реалізацію конкурентних переваг суб'єктів аграрного бізнесу за рахунок активізації соціально-економічної компоненти, що націлена на підвищення ринкової вартості бізнесу з одночасним конструктивним вирішенням соціальних проблем та забезпечує отримання економічних прерогатив всіма учасниками ринку за рахунок перерозподілу функцій та формування інноваційних моделей соціально-економічного розвитку шляхом виключення дискримінаційних інструментів, відмову від соціальних конфліктів в процесі розвитку співробітництва у довгостроковій перспективі.

Методичне забезпечення ефективності механізму активізації соціальної відповідальності бізнесу розгорнуто можна представити за допомогою схеми підпорядкування економічних інструментів соціальної відповідальності бізнесу. Основними показниками соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу традиційно визначено заробітну плату персоналу; податки, сплачені підприємством; витрати на благодійність; екологічні платежі та витрати на науково-технічну роботу.

Сукупність представлених поглядів вчених дають нам методичне підґрунтя розглядати соціальну відповідальність бізнесу як категорію економічного характеру. Разом з тим, будь-яка економічна категорія має мати властивості бути чітко вираженою у системі конкретних показників і вартісних вимірювань. У системі економічної складової соціальної відповідальності окремого суб'єкту аграрного бізнесу ми вважаємо доцільним здійснювати аналіз та такими ключовими показниками: обсяги виробництва безпечної, якісної та екологічно чистої продукції у кількісному та вартісному виразі; розмір доходу та чистого доходу від реалізації продукції; сума валового і чистого прибутку; комплекс показників оцінювання рівня економічної безпеки, показники ефективності інвестування соціальних проектів і програм соціального розвитку; показники, які віддзеркалюють вартісну оцінку економічного потенціалу соціально відповідальних бізнес-структур та вартість бізнесу як об'єкта купівлі-продажу на ринку діючих виробничо-фінансових проектів. В умовах соціально орієнтованої ринкової економіки соціальна відповідальність бізнесу має стати не обов'язком, а загально-прийнятою традицією, якої мають дотримуватися всі суб'єкти господарських відносин.

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні консолідується навколо міжнародних організацій та проектів, зокрема Представництва ООН в Україні, яке в 2006 році започаткувало та підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН, що охоплює понад 140 організацій.

В Україні підприємницькі структури функціонують з дотриманням законодавства та з періодичними соціальними ініціативами. Лише провідні аграрні компанії, що займають значну ринкову нішу, здійснюють активну благодійну діяльність та широко використовують засоби зв'язків з громадськістю. Майже всі великі компанії здійснюють соціальні проекти, однак не завжди акцентують увагу на власній соціальній відповідальності.

Узагальнюючи формування організаційно-економічного механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу на принципах поліструктурності, компліментарності, інституційної визначеності та конвергентного поєднання площин прояву економічних ефектів реалізації соціально-відповідальних ініціатив, можна стверджувати, що його практична реалізація на реальних підприємствах аграрного виробництва сприяє покращенню результативних показників діяльності підприємств аграрного виробництва в процесі трансформації соціально-економічних зв'язків галузі. Іншими словами, вважаємо доцільним зауважити, що акценти у взаємодії з бізнесом поступово зміщуються у бік добровільного саморегулювання, і бізнес-структури в аграрній сфері в контексті нарощення конкурентоспроможності поступово переходять від несистемної вимушеної добродійності до складніших, стратегічних форм взаємодії з громадськістю і владою.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Таким чином, фундаментальним базисом становлення принципово нового механізму активізації соціальної відповідальності суб'єктів аграрного бізнесу має стати концепція соціальної конкурентоспроможності, яка вимагає трансформації соціально-економічних зв'язків, формування інтеграційної стратегії розвитку, а її зміст полягає у поступовому переході від одиничних соціальних зобов'язань до здійснення системних соціальних інвестицій і отримання на цій основі не лише економічних вигод (максимізація прибутку або задоволення фінансових інтересів власників бізнесу), а й підвищення рівня конкурентоспроможності секторів, територій, галузей, забезпечення не тільки економічної складової, але й соціального захисту персоналу суб'єктів господарювання та загальної спільноти.

Список літератури

1. Гнатъєва Т.М. Гришова І. Ю. Проблеми формування інноваційної системи України. *Інноваційна економіка*. № 12. 2012 С. 54–62.
2. Грицина Л.А. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Матеріали II Міжнар. науково-практ. конф. «Наука та технології: крок в майбутнє – 2007». Дніпропетровськ: Наука та освіта, 2007. Т. 2. С. 30–36.
3. Єліневський В.Ю. Формування та шляхи удосконалення регіональної політики в умовах асиметричного розвитку соціально-економічної сфери. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. Сер. «Економіка і менеджмент». № 12 (66). 2015. С. 15–19.
4. Зайкіна Г.М. Повышение уровня развития управления социально-экономическими системами. Актуальные проблемы интеграции экономических интересов России и Украины: междунар. заоч. научно-практ. конф. (Тольятти – Киев – Одесса, 25 февраля 2014 г.): сборник научных трудов. Тольятти: Изд-во ТГУ, 2014. С. 11–15.
5. Красноручький О.О. Концептуальні засади здійснення корпоративної соціальної відповідальності харчовими та переробними підприємствами. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». Вип. 10. Ч. 3. 2015. С. 52–54.
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: «Дело», 2003. 703 с.

7. Митяй О.В. Основні напрямки оцінки потенційних можливостей аграрних підприємств. *Весник науки Тольяттинського державного університета*. 2013. № 3 (14). С. 53-59.
8. Мунтян В.І. Економічна безпека України. К.: вид-во КВІЦ, 2009. 464 с.
9. Панюк Т.П. Роль соціальної відповідальності бізнесу в діяльності молокопереробних підприємств. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. № 2 (2). С. 118-122.
10. Россоха В.В. Потенціал аграрного підприємства: методологія дослідження. *Економіка АПК*. 2005. № 4. С. 35-40.
11. Шабатура Т.С. Імплементация соціально-орієнтованого бізнесу в площину економічного потенціалу харчових підприємств. *Економіка: реалії часу: науковий журнал*. 2014. № 3 (13). С. 13-21.
12. Пушак Я.Я., Лагодієнко В.В. Соціальна відповідальність підприємств харчової промисловості як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 3. С. 27-36.

References

1. Hnat'ieva, T. M., Hryshova, I. Yu. (2012). «Problems of formation of innovation system of Ukraine. Innovative economy». *Innovatsijna ekonomika*. No 12. pp. 54-62.
2. Hrytsyna, L.A. (2007). «Evolution and formation of the concept of corporate social responsibility of the enterprise». *Materialy II Mizhnar. naukovo-prakt. konf. «Nauka ta tekhnologii: krok v majbutnie*. Dnipropetrovs'k: Nauka ta osvita, vol. 2. pp. 30-36.
3. Yelinievs'kyj, V.Yu. (2015). «Formation and ways to improve regional policy in the conditions of asymmetric development of the socio-economic sphere». *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Ser. «Ekonomika i menedzhment»*. No 12 (66). pp. 15-19.
4. Zajkina G.M. (2014). «Improving the level of development of management of socio-economic systems». *Aktual'nye problemy integracii jekonomicheskikh interesov Rossii i Ukrainy*. [Actual problems of integration of economic interests of Russia and Ukraine]. *Proceeding of the Materials of International. correspondence scientific practice. conf. (Togliatti - Kyiv - Odessa, February 25, 2014): a collection of scientific papers*. Togliatti: Izd-vo TSU, pp. 11-15.
5. Krasnoruts'kyj, O. O. (2015). «Conceptual bases of realization of corporate social responsibility by food and processing enterprises». *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Economic Sciences Series*. Issue. 10. Part, 3. pp. 52-54.
6. Meskon, M.Kh., Al'bert, M., Khedoury, F. (2003). *Osnovy menedzhmenta*. [Fundamentals of Management] Delo. Moscow. Russia.
7. Myt'aj, O. V. (2013). «The main directions of assessing the potential of agricultural enterprises». *Bulletin of Science of Togliatti State University*. no 3 (14), pp. 53-59.
8. Munt'ian, V. I. (2009). *Ekonomichna bezpeka Ukrainy*. [Economic security of Ukraine]. KVIC type. Kyiv. Ukraine.
9. Paniuk, T. P. (2015). «The role of social responsibility of business in the activities of dairy enterprises». *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia: naukovyj zhurnal*. Chernihiv: Chernih. nats. tekhnol. un-t, No 2 (2). pp. 118-122.
10. Rossokha, V. V. (2005). «The potential of the agricultural enterprise: research methodology». *Ekonomika APK*. no 4, p. 35-40.
11. Shabatura, T.S. (2014). «Implementation of socially-oriented business in the plane of economic potential of food enterprises». *Ekonomika: realii chasu: naukovyj zhurnal*. No 3 (13). pp. 13-21.
12. Pushak, Ya.Ya., Lahodiienko, V.V. (2018). «Social responsibility of food industry enterprises as a basis for innovative development of modern economy». *Actual problems of innovative economy*. no. 3, pp. 27-36.

Стаття надійшла до редакції 10.05.2021 р.