

*of practical recommendations for improving the settlement accounting process with suppliers and contractors.*

*Improving the management aspects of payments to suppliers and contractors on the basis of cooperation will enhance the prospects for their further development, as a component to improve the national economy.*

**Keywords:** *aspect of management; providers; contractors; accounting; cooperative; optimization; company*

**УДК 334.012**

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИРІШЕННЯМ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ**

**Л. М. РЯБЕНКО**, асистент кафедри статистики  
та економічного аналізу  
**Національний університет біоресурсів  
і природокористування України**  
e-mail: SrIm2506@ukr.net

**Анотація.** У сучасних умовах господарювання для сільськогосподарських підприємств становлення соціально-відповідального бізнесу супроводжується набуттям конкурентних переваг: залученням висококваліфікованих працівників, формуванням інвестиційного авторитету компаній, прибутковістю і сталим розвитком. Обираючи шлях соціальної відповідальності, вони повинні визначити декілька пріоритетних напрямів розвитку, досягти в них максимальної ефективності і з набуттям досвіду розширити перелік заходів та сформуванати стратегію корпоративної соціальної відповідальності, що, у свою чергу, може стати ідеологією господарювання та сприятиме досягненню стійкого соціально-економічного розвитку.

Розглянуто теоретичні підходи до визначення категорії «соціальна відповідальність». Досліджено окремі аспекти соціальної відповідальності діяльності сільськогосподарських підприємств та її інтеграції в стратегію подолання системної кризи аграрного виробництва.

Дослідженням встановлено, що реалізація принципів соціальної відповідальності аграрного бізнесу та їх вплив на інноваційний розвиток галузі, повинна забезпечити гармонізацію всіх складових економічного потенціалу підприємства та акцентувати на соціальній відповідальності бізнесу як пріоритетного чинника становлення ефективної соціально орієнтованої ринкової економіки України. Відображення в стратегії підприємств нової сучасної парадигми розвитку економічних відносин агропромислової сфери повинне здійснюватися як результат синергетичної дії її елементів, у структурі якої домінують роль відіграє соціальна

*орієнтація нарощення ринкової вартості бізнесу.*

**Ключові слова:** *соціальна відповідальність, соціальні інвестиції, стратегія, сталий розвиток, соціально-економічний розвиток, аграрний бізнес*

**Актуальність.** На сьогодні дедалі більше сільськогосподарських підприємств, поряд із нарощуванням виробництва, поліпшенням фінансово-економічних показників своєї діяльності, проводять активну соціальну політику, механізми реалізації якої регламентовані колективними договорами, угодами, положеннями про діяльність структурних підрозділів. Проте, вчені констатують, що соціально орієнтована діяльність підприємств має несистемний, фрагментарний характер і полягає у впровадженні «точкових» добродійних проєктів щодо турботи про власних працівників, охорону навколишнього середовища, проведення благодійних акцій тощо.

У сучасних умовах господарювання сільськогосподарським підприємствам необхідно інтегрувати соціально відповідальну діяльність у стратегію підприємства, визначити її як об'єкт стратегічного управління, оскільки саме соціальна відповідальність може стати ідеологією господарювання та сприятиме досягненню стійкого соціально-економічного розвитку.

На думку М. Портера і М. Крамера, визначення соціальної відповідальності як частини бізнес-стратегії сприяє зміцненню конкурентних позицій компанії і одночасно приносить блага суспільству [1, с. 78–92].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Значну увагу соціальній відповідальності приділено в роботах закордонних класиків, таких як Ф. Котлер, М. Фрідман, Х. Боуен. Різні аспекти реалізації принципів соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств останнім часом знайшли відображення також і в працях українських вчених за багатьма напрямками наукових пошуків, зокрема В. Андрійчука, М. Маліка, В. Вороб'я, Л. Денисюка, О. Назаренко, М. Саприкіної, В. Сміренського, М. Стародубської, О. Юрчишина.

Проте, вітчизняна практика свідчить про безсистемність застосування соціальної відповідальності у діяльності сучасних сільськогосподарських підприємств, що перешкоджає набуттю ними конкурентних переваг: залучення висококваліфікованих працівників, формування авторитету підприємства, прибутковості і сталого розвитку. Відповідно, залишаються недостатньо розробленими теоретико-методологічні питання і практичні рекомендації щодо формування соціальної відповідальності діяльності як об'єкта стратегічного управління сільськогосподарськими підприємствами.

**Мета дослідження** – визначення соціальної відповідальності діяльності сільськогосподарських підприємств та її інтеграції в стратегію для подолання системної кризи аграрного виробництва.

**Матеріали і методи дослідження.** У дослідженні використані загальнонаукові й спеціальні методи пізнання, безпосередньо зумовлені поставленою метою та завданнями. Зокрема: історичний – під час вивчення процесів становлення сучасної теорії соціальної відповідаль-

ності підприємств; системно-структурного та термінологічного аналізу – для уточнення ключових категорій; наукового узагальнення – при систематизації завдань у сфері соціальної відповідальності.

**Результати дослідження та їх обговорення.** Як зазначає видатний теоретик менеджменту Пітер Друкер, «соціальні проблеми – це проблеми менеджменту. Забезпечення «здоров'я» корпорації входить в обов'язки її керівників. Стабільний бізнес і нездорове суспільство не-сумісні. Процвітаючі підприємства потребують не менш процвітаючого або, щонайменше, добре функціонуючого суспільства. Соціальні проблеми, які менеджерам вдалося перетворити в бізнес-можливості, перестають бути проблемами...». Застосовуючи цю тезу до аграрного бізнесу, високий рівень безробіття на селі створює для сільськогосподарських підприємств можливість забезпечити себе висококваліфікованою робочою силою, дотримання екологічних вимог у виробництві, дає змогу отримувати високоякісну та екологічно чисту продукцію тощо.

Науковою спільнотою визнано, що початком досліджень соціальної відповідальності діяльності підприємств є фундаментальна праця професора економіки Іллінойського університету (США) Хоуард Р. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» 1953 р. У ній автор розкриває зміст поняття «соціальна відповідальність», доводить, як концепція соціальної відповідальності впливає на діяльність підприємства, наскільки підприємству вигідна участь у соціальних програмах, які економічні та соціальні вигоди від цього отримує суспільство. «Соціальна відповідальність менеджера полягає в реалізації такої політики, прийнятті управлінських рішень або дотриманні лінії поведінки, які були б бажаними для цілей і цінностей суспільства» [2, с. 22–24].

Дослідження вчених щодо еволюції розвитку соціальної відповідальності діяльності підприємств різняться підходами та методами досліджень, що потребує чіткішого визначення розуміння соціальної відповідальності як економічної категорії. Зарубіжні наукові школи пропонували своє концептуальне бачення та наукові теорії, які, на наш погляд, заслуговують на увагу з метою визначення тих функціональних ознак та економічних характеристик, що допоможуть імплементувати зарубіжний досвід у діяльність вітчизняних сільськогосподарських підприємств задля оздоровлення економіки, набуття культури соціальної діяльності й протекціонізму вітчизняного аграрного бізнесу.

Існують дві протилежні теорії до визначення сутності соціальної відповідальності: корпоративний егоїзм і корпоративний альтруїзм.

Автор першої теорії Ф. Мілтон зазначає, що ринковій економіці притаманна лише одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати надані ресурси і займатися діяльністю, пов'язаною з отриманням максимальних прибутків, за умов дотримання правил гри вільної конкуренції [3, с. 33]. Згідно з постулатами цієї теорії, підприємству не має сенсу опікуватися такими проблемами, як екологія, якість продуктів харчування, соціальний захист працівників тощо. Такий підхід не формує лояльності покупців чи працівників та не створює додаткову вартість за

рахунок нарощування обсягів реалізації, забезпечення населення продуктами споживання, досягнення унікальних конкурентних переваг, які неможливо придбати та скопіювати конкурентам, не продукують нових компетенцій та не заробляють на ефективному використанні нематеріальних активів.

Протилежна теорія – «Теорія корпоративного альтруїзму», яка базується на рекомендаціях Комітету з економічного розвитку США. У рекомендаціях йдеться про те, що зобов'язаннями підприємств є поліпшення якості життя суспільства [4, с. 87]. У рекомендаціях вписані дієві механізми заохочення введення й реалізації соціальних програм за рахунок зниження податкового тиску та інших заходів державної підтримки.

Численні дискусії навколо вищезазначених підходів призвели до появи так званої золоті середини – теорії розумного егоїзму. Відповідно до неї, збільшення прибутків підприємств (меркантильність, прагматичність) не суперечить можливості бути суспільно корисними, оскільки, фінансуючи соціальні програми, підприємства скорочують свій поточний прибуток, але у довгостроковій перспективі створюють сприятливе соціальне середовище для формування потенціалу прибутковості в майбутньому [5, с. 48].

Вищезазначені теорії підтримують позицію стосовно того, що соціальна відповідальність – це економічна відповідальність підприємства перед постачальниками, найманими працівниками, споживачами й організаціями, з якими вони взаємодіють у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання й перед суспільством в цілому, але соціальна діяльність набуває всіх ознак соціальних інвестицій, тобто очікує на ефект в економічній, екологічній, нематеріальній та інших формах. Основою соціальної відповідальності є оцінка господарської діяльності сільськогосподарських підприємств задля визначення її загального впливу на суспільство.

У сільськогосподарських підприємств існує нагальна потреба у вирішенні значної кількості невідкладних і важливих соціальних, екологічних, етичних та економічних проблем. Фактично, шість із десяти глобальних ризиків, що негативно впливають на діяльність підприємств, які було визначено в 2016 р. в межах Всесвітнього економічного форуму, становлять екологічні та соціальні проблеми.

Необхідність посилення соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств зумовлена об'єктивними причинами, серед яких загострення соціально-трудових відносин, подальша соціальна поляризація і дестабілізація, негативний вплив аграрного бізнесу на довкілля. Досліджуючи тенденції розвитку аграрного сектору, В. В. Юрчишин зазначає, що в результаті здійснення реформ втрати України від соціальної трагедії набагато більші, ніж від економічної. Національна агропродовольча доктрина не містить соціальних аспектів економіки. В Україні досі немає ідеології щодо подальшого розвитку аграрного сектору. Майбутні тенденції мають пов'язуватися з розбудовою соціоекономічної моделі суспільного устрою [6, с. 45].

Сучасні українські сільськогосподарські підприємства оперують термінами «соціальна відповідальність», «соціальні інвестиції», але їх реальна соціальна політика частіше обмежується звичайною благодійністю. Практика створення соціально орієнтованого аграрного бізнесу ускладнюється, по-перше, тим, що немає чіткого уявлення, що таке соціальна відповідальність бізнесу і як вона впливає на конкурентоспроможність. Серед соціально орієнтованих напрямів діяльності переважають заходи з підтримки персоналу за рахунок прибутку і відрахованих коштів із фонду заробітної плати, заходи щодо захисту здоров'я та безпеки споживачів. По-друге, у державі недосконала відповідна законодавча база, яка б стимулювала підприємства витратити кошти на соціальні проекти і благодійність.

Найскладнішими аспектами для виконання корпоративної місії є питання, які стосуються соціальної відповідальності. Ідея корпоративної соціальної відповідальності передбачає, що бізнес повинен служити суспільству разом з обслуговуванням фінансових інтересів власників. Тому соціальна відповідальність є важливим елементом корпоративних стратегій, оскільки місія повинна відображувати уявлення про внесок підприємства в діяльність суспільства. Підприємству потрібно визначити свої соціальні пріоритети аналогічно до інших параметрів своєї діяльності.

Виконання соціальних зобов'язань повинно знайти своє відображення у довгострокових цілях та загальних стратегіях підприємства [7, с. 278].

Сучасні сільськогосподарські підприємства, які впроваджують соціальну політику, можна поділити на два типи. До першого типу належать підприємства з пасивною соціальною політикою. Фінансово-економічний стан таких підприємств незадовільний. Вони фінансують соціальні заходи, виходячи з реальної ситуації: фінансові потоки незначні, мають ситуаційний характер, соціальна інфраструктура залишається або на досягнутому рівні, або кількість її об'єктів скорочується, якість послуг погіршується. Наслідком несистемної соціальної політики є те, що соціальні заходи не досягають бажаного результату, працівники не прагнуть підтримувати з таким підприємством тривалі трудові відносини.

Другий тип – це підприємства, що мають можливості здійснювати активну соціальну політику не тільки як дублювання існуючої системи державних соціальних гарантій, а й її доповненням. При цьому не виключається державна допомога і самозахист від соціальних ризиків. Соціальна політика таких підприємств є стимулюючою, активно впливає на економічну діяльність, є фактором економічного зростання та сталого розвитку.

Під ним у сучасних умовах розуміють таку модель соціально-економічного розвитку, за якої досягається задоволення життєвих потреб нинішнього покоління без позбавлення майбутніх поколінь таких можливостей унаслідок вичерпання природних ресурсів і деградації навколишнього природного середовища. Відповідно, екологізація виробництва – це діяльність, орієнтована на біосферний тип розвитку підприємств на основі

замкненого процесу природокористування, перехід до сталого розвитку системи «людина – технологічна система – природне середовище», продовольча безпека та сертифікація якості продукції.

Аналіз світових ринків свідчить, що, чим вищий рівень соціально-економічного розвитку країни, тим вище зростають вимоги споживача до харчових та нехарчових товарів, одержаних із сільськогосподарської сировини. Щоб задовольнити ці потреби суспільству необхідно не лише вивести нові сорти сільськогосподарських культур і породи тварин, а й перейти на принципово нові технології виробництва сільськогосподарської продукції, запровадити нові способи і методи переробки сировини, збереження та реалізації кінцевої продукції, тобто нарощувати інноваційний потенціал галузі та використовувати його задля оздоровлення аграрної економіки, підвищення конкурентоспроможності галузі, залучення іноземних інвестицій тощо.

Відповідно до вищевикладеного, завдання у сфері соціальної відповідальності повинні бути частиною стратегії підприємства, а не констатацією певних намірів. Це потрібно підприємству не тому, що менеджер несе відповідальність перед суспільством, а тому, що він несе відповідальність перед своїм підприємством. Соціальний критерій – це критерій виживання, оскільки будь-яке підприємство існує в конкретному економічному й соціальному середовищі.

Серед значної кількості основних чинників, що нині впливають на показники діяльності та прибутковість сільськогосподарських підприємств, які постійно змінюються – вартість і доступність енергоносіїв, географія поширення та стійкість ланцюжка постачання, нормативно-правове регулювання, а також задоволення потреб суспільства. Це означає, що впровадження адаптивних стратегій є дуже важливим для забезпечення ефективної діяльності й прозорого обміну інформацією. Коли ризики прийняття неправильних управлінських рішень є доволі суттєвими, необхідність забезпечення сталого розвитку створює великі можливості. Кожна слабка ланка створює стимул для пошуку інноваційних рішень; кожна незадоволена потреба пропонує перспективи для розвитку. Для реалізації завдань у сфері соціальної відповідальності сільськогосподарським підприємствам необхідно:

- запровадити звітність для відображення стану і динаміки сталого розвитку. Ця тенденція набуває широкого розповсюдження, адже складання такої звітності є вимогою членства у Всесвітній раді підприємців зі сталого розвитку (WBCSD) – організації, що охоплює близько 200 глобальних компаній. І вже ціла низка організацій використовує корпоративну звітність у сфері сталого розвитку для оцінки діяльності компаній;

- враховувати вплив результатів своєї діяльності на суспільство. В Україні спостерігається тенденція не лише до загострення невирішених соціальних проблем, але й до збільшення їх кількості. Дедалі більшого поширення набуває думка, що традиційні підходи і бізнес-моделі є неефективними для подолання поточних соціальних проблем. Втілення концептуальних ідей для вирішення цих питань часто потребує

безпрецедентних дій з використанням експертних знань у різних галузях, нових прикладів ефективних рішень і прогресивного мислення в контексті впливу на суспільний розвиток.

У відповідь на наявні можливості та ризики, пов'язані зі сталим розвитком, сільськогосподарським підприємствам при формуванні стратегії необхідно враховувати:

- рівень впливу сталого розвитку і реакцію суспільства для здійснення належної оцінки і визначення пріоритетності ризиків;
- трансформацію цього розуміння в можливості для скорочення витрат, збільшення доходів від реалізації та прибутків, а також для забезпечення ефективнішого управління ризиками;
- вигоду підприємства завдяки впровадженню практичного досвіду у сфері забезпечення сталого розвитку в усіх напрямках своєї діяльності й нести відповідальність за результати впливу такого досвіду.

Стратегічне управління підприємством в контексті його соціальної відповідальності може бути оцінене за такими критеріями: економічна відповідальність – бути прибутковим; юридична відповідальність (дотримуватися законодавства); моральна відповідальність – діяти етично, дотримуватися правил ділової поведінки та не завдавати шкоди навколишньому середовищу; дискреційна відповідальність – виключно добровільні зобов'язання і бажання підприємства зробити свій внесок у розвиток суспільства, які не передбачені вимогами економіки, права або моралі [8, с. 465].

Стабільно зростаючі потреби суспільства у товарах сільськогосподарського походження стимулюють об'єднання зусиль великої кількості галузей та сфер національної економіки, які працюють на задоволення потреб споживача й країни. Саме на цьому підґрунті утворюється об'єктивна закономірність виокремлення філософії аграрного бізнесу, а отже, його стратегії, центральною метою якої є забезпечення покупців якісними продуктами харчування та головної складової аграрного бізнесу – агропродовольчої системи, яка об'єднує виробництво, переробку, а також продовольчий ринок, що в сучасних умовах кризового стану набуває властивостей протекціонізму та актуалізує її функціональні спрямування: інноваційну модель розвитку, інвестиційне забезпечення аграрного виробництва, конкурентоспроможність аграрної економіки в умовах виходу на міжнародні ринки, екологічну й продовольчу безпеку, нарощування людського капіталу та підвищення його соціальної захищеності.

На наш погляд, соціальна відповідальність аграрного бізнесу повинна розглядатися не лише як нематеріальний актив, але і як економічний важіль піднесення інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. Трансформація економічних відносин у сільському господарстві, у сучасних умовах господарювання, повинна базуватися на основі нової парадигми, де економічне зростання, яке не супроводжується поліпшенням становища більшості населення, не визнається розвитком. Це акцентує на аналізі об'єктивних законів і факторів, що визначають якісні зміни в системі економічних відносин всіх суб'єктів аграрного ринку,

які вимагають уваги до соціальних проблем, оскільки суто економічна позиція бізнесу – отримання прибутку, вже стає неповноцінною, з точки зору нарощення ринкової вартості підприємства, а зв'язки економічної, соціальної, екологічної складових розвитку та економічної захищеності економічних суб'єктів настільки щільні, що без урахування їх в стратегії, неможливо спрогнозувати очікуванні результати діяльності.

**Висновки і перспективи.** Питання соціальної відповідальності дедалі більше актуалізується у свідомості українських сільськогосподарських підприємств, оскільки вони є не тільки основою економічних відносин, але й впливають на соціальні процеси, що відбуваються в сучасному суспільстві. Реалізації принципів соціальної відповідальності аграрного бізнесу та їх вплив на інноваційний розвиток галузі, забезпечення продовольчої та екологічної захищеності, повинна забезпечити гармонізацію всіх складових економічного потенціалу підприємства та акцентувати на соціальній відповідальності бізнесу як пріоритетного чинника становлення ефективної соціально орієнтованої ринкової економіки України.

Відображення в стратегії підприємств нової сучасної парадигми розвитку економічних відносин агропромислової сфери повинне здійснюватися як результат синергетичної дії її елементів, у структурі якої домінуючу роль відіграє соціальна орієнтація нарощення ринкової вартості бізнесу.

### Список літератури

1. Porter, M. E., Kramer, M. R. (2006). (December). Strategy and Society: the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84 (12), 78–92.
2. Bowen Howard R. (1953). *Social Responsibility of the Businessman* / H. R. Bowen. – N. Y. Bowen. – N. Y. : Harper&Row, 1953, 298.
3. Milton Friedman. (1970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits/ *New York Times Magazine*, September 13, 32–33.
4. Зверева Т. В. Соціальна відповідальність як спосіб гармонізації інтересів бізнесу і влади / Т. В. Зверева // *Економічні та гуманітарні дослідження регіонів*. – 2011. – № 4. – С. 86–93.
5. Герасименко Ю. В. Філантропічна складова соціально-відповідального бізнесу / Ю. В. Герасименко // *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції [Трансформаційна динаміка розвитку агропромислового виробництва]*. – Вінниця, 2015. – С. 47–50.
6. Юрчишин В. В. Фундаментальність як базова основа вчення академіка І. І. Лукінова в царині аграрної економіки. Теоретичні надбання академіка І. І. Лукінова та їх значення у розвитку аграрного виробництва України : зб. виступів 10 жовт. 2008 р. / В. В. Юрчишин ; відп. за вип. Г. М. Підлесецький. – К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – С. 44–56.
7. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт ; пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2010. – 800 с.
8. Друкер П. Ф. Менеджмент / П. Ф. Друкер, Д. А. Макьярелло. – М. : И. Д. Вильямс, 2011. – 704 с.

## References

1. Porter, M. E., Kramer, M. R., (2006) (December). Strategy and Society: the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, 84 (12), 78–92.
2. Bowen Howard, R. (1953). Social Responsibility of the Businessman / H. R. Bowen. – N. Y. Bowen. – H. Y. : Harper&Row, 298.
3. Milton Friedman: The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits (1970) / New York Times Magazine, September 13, 32–33.
4. Zvereva, T. V. (2011). Social responsibility As Method harmonyzatsyy business interests and power / T. V. Zvereva // Economic and humanitarian research areas, 4, 86–93.
5. Gerasimenko, Y. (2015). Philanthropic component of socially responsible business / J. V Gerasimenko // Proceedings of the International Scientific Conference [Transformational dynamics of agriculture production]. – Vinnitsa, 47–50.
6. Yurchishyn, V. (2009). Fundamentality as a basic foundation of academic teaching II Lukinova in the field of agricultural economics. Theoretical achievements of Academician II And Lukinova's importance in the development of agriculture Ukraine : Coll. Vystupiv 10 zhovt. 2008 / V. V. Yurchishyn ; ed. by Vol. AHEM. Pidlesetsky. – K. : NNC IAE, 44–56.
7. Daft, R. Management. 8th ed. / R. Daft (2010) / lane . with English. ed. SK Mordovyna . – SPb . : Peter , 800.
8. Drucker, P. F. Management (2011) / P. F. Drucker, D. A. Makyarello. – Moscow : Y. D. Williams, 704.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕШЕНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ АГРАРНОГО БИЗНЕСА

Л. М. Рябенко

***Аннотация.** В современных условиях деятельности для сельскохозяйственных предприятий становление социально-ответственного бизнеса сопровождается приобретением конкурентных преимуществ: привлечение высококвалифицированных работников, формированием инвестиционного авторитета компаний, прибыльностью и устойчивым развитием. Выбирая путь социальной ответственности, они должны определить несколько приоритетных направлений развития, достичь максимальной эффективности в них и, с обретением опыта, расширить перечень мероприятий и сформулировать стратегию корпоративной социальной ответственности, что поможет достичь устойчивого социально-экономического развития.*

*Рассмотрены теоретические подходы к определению категории социальной ответственности. Исследованы отдельные аспекты социальной ответственности сельскохозяйственных предприятий и их интеграция в стратегию преодоления системного кризиса.*

*Исследованием установлено, что реализация принципов социальной ответственности аграрного бизнеса и их влияние на инновационное развитие отрасли, обеспечение продовольственной и экологической защищенности, должна гармонизировать все составляющие экономи-*

ческого потенциала предприятия и акцентировать внимание на социальной ответственности бизнеса как приоритетного фактора становления эффективной социально ориентированной рыночной экономики Украины. Отображение в стратегии предприятий новой современной парадигмы развития экономических отношений агропромышленной сферы, должно осуществляться как результат синергетического действия ее элементов, в структуре которой ключевую роль играет социальная ориентация наращивания рыночной стоимости бизнеса.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, социальные инвестиции, стратегия, устойчивое развитие, социально экономическое развитие, аграрный бизнес

## STRATEGIC MANAGEMENT OF SOLUTION OF SOCIAL PROBLEM OF AGRARIAN BUSINESS

L. M. Riabenko

**Abstract.** *The current economic conditions for agricultural enterprises the formation of socially responsible business is accompanied by the acquisition of competitive advantages: attract highly qualified employees, the formation of investment companies credibility, profitability and sustainable development. Choosing the way of social responsibility, they must identify some priority directions of the development to achieve maximum efficiency in them and gain the experience to expand the list of activities and form a strategy for corporate social responsibility, which in turn can become an ideology of management and help achieve sustainable socio-economic development.*

*Implementations of the principles of social responsibility of agricultural business and their impact on innovative development of the industry, will ensure the harmonization of all components of the economic potential of the company and focuses on social responsibility as a priority factor in the formation of the effective social-oriented market economy in Ukraine.*

*In the article the theoretical approaches to the definition of "social responsibility" are considered. Some aspects of social responsibility of agricultural enterprises and their integration in the strategy for overcoming systemic crisis of agricultural production are studied. It is established that social responsibility of agricultural business should be seen not only as an intangible asset, but as an economic lever of rise of innovative development of agricultural enterprises. Transformation of economic relations in agriculture, in the contemporary economy should be based on a new paradigm at which economic growth that is not accompanied by the improvement of the situation of the majority population is not recognized as development. It is grounded that relations economic, social, environmental and economic components of the development and the economic security of economic subjects are so dense that it is impossible to predict pending results of the activity exclusive of them in the strategy.*

**Keywords:** social responsibility, social investment, strategy, sustainable development, social and economic development, agricultural business