

В.В. Ярова, канд. екон. наук, докторант
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Постановка проблеми. Соціальні проблеми сучасного суспільства, питання соціального добробуту, пов'язані із задоволенням соціальних потреб людей, є дискусійними, що зумовило існування різних підходів до їх теоретичного і практичного вирішення. У ринкової економічної теорії «склалися» достатньо складні відносини із соціальними питаннями, оскільки вона по суті протиставляє економічну і соціальну політику, відводячи останній другорядну роль.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У 1992 р. у Ріо-де-Жанейро відбулася Міжнародна конференція по стійкому розвитку, яка зафіксувала нові вимоги з боку світової спільноти до корпорацій з підвищення їх соціальної відповідальності. У цьому ж році за поширення економічного аналізу на ті області діяльності, які досі входили в сферу компетенції соціальних наук, нобелівським лауреатом став Г.С. Беккер (США). Вченим були наведені економічні докази того, що корпорації як агенти ринкових відносин максимізують об'єктивну функцію корисності й добробуту не тільки при укладанні угод, але й при формуванні етичних норм спілкування й поведінки людей, їхніх традицій і звичок як неформальних соціальних інститутів. Згідно теорії Г.С. Беккера, корпорація має виступати не тільки як економічна, але і як соціальна цілісність, яка несе значну долю відповідальності перед суспільством [5].

У 2000 р. ООН ініціювала міжнародний рух в сфері дотримання прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища і боротьби з корупцією – Глобальний договір (UN Global Compact, 2000). Глобальний договір це не договір в юридичному сенсі цього слова, а ідейний фундамент, база принципів для тих підприємств, фірм, організацій, підприємців, які бажають вести свою діяльність у відповідності з десятьма принципами, прийнятими з ініціативи ООН (табл. 1).

1. Десять заповідей корпоративної соціальної відповідальності

Права людини	
Принцип 1.	Ділові кола мають надавати підтримку і дотримуватися прав

	людини, проголошених міжнародною спільнотою
Принцип 2.	Гарантувати свою непричетність до порушень прав людини
Трудові відносини	
Принцип 3.	Ділові круги мають підтримувати свободу асоціацій і гарантувати здійснення права на укладання колективних договорів.
Принцип 4.	Виступати за ліквідацію всіх форм примусової і обов'язкової праці.
Принцип 5.	Виступати за повне викорінення дитячої праці.
Принцип 6.	Виступати за ліквідацію дискримінації в сфері праці і зайнятості.
Навколишнє середовище	
Принцип 7.	Ділові кола мають сприяти попередженню негативного впливу на навколишнє середовище
Принцип 8.	Вживати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища
Принцип 9.	Сприяти розвитку і поширенню екологічно чистих технологій
Боротьба з корупцією	
Принцип 10.	Ділові круги мають боротися з усіма проявами корупції, включаючи здирництво та хабарництво.

Джерело: Розроблено автором з використанням джерел [8].

Початком сприяння рішенню соціальних проблем українським бізнесом можна вважати 2005 р., коли громадські і суспільні організації ініціювали створення Всеукраїнського громадського руху «Форум соціально відповідального бізнесу України». Весною 2006 р. лідери національних ділових кіл поставили свої підписи під Глобальним договором. У червні 2013 р. вийшов Указ Президента України «Про план заходів з реалізації у 2013 р. Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні», в якому сформульоване завдання по розробці Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [15].

Проблема впливу соціальної відповідальності на ефективність діяльності підприємств розроблювалася у роботах великої кількості зарубіжних вчених і менеджерів. Серед авторів фундаментальних робіт у даній області можна виділити наступних: Г. Боуен, Ш.М. Валітов, Р. Вуд, Е. Карнегі, А. Керолл, К.Г. Корнільєв, Д.Легран, Е. Лейтон, А. Меір, В.А. Мальгін, Р. Оуен, С.Сьюзан, М. Фрідман, Ю.С. Благов, Т.В. Чубарова. Зростання інтересу до проблематики соціальної відповідальності знайшло свої відображення у роботах українських вчених І.П. Булеєвої, Н.Ю. Брюховецької, О.В. Черних, Г.Ф. Хоружого, Р. Курінька, А.М. Колота, О.А.Грیشнової, І.В. Ящишиної та ін.

Аналізуючи наукові роботи, у яких розглянуто питання ефективності концепції корпоративної соціальної відповідальності для організації, можна зробити висновок про те, що у них рівною мірою приділено увагу як загальнотеоретичним питанням, так і практичному досвіду зарубіжних і вітчизняних компаній.

Проте теоретико-методологічні питання і практичні рекомендації по формуванню і регулюванню соціальної відповідальності аграрного бізнесу залишаються недостатньо розробленими і потребують подальшого вивчення.

Мета статті – вивчення природи і концептуальних основ концепції корпоративної соціальної відповідальності як фактора збільшення некомерційного прибутку організації, приросту репутаційного капіталу, механізму регулювання інтересів в рамках моделі «бізнес – суспільство – влада»; дослідження розвитку концепції на заході і в Україні; систематизація досягнутого різноманіття концепцій соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність бізнесу – це багатоаспектний комплексний феномен, для аналізу якого використовуються різні терміни. В історично короткий строк дослідниками було розроблено різноманітні концепції, що асоціюються із КСВ.

Досліджуючи роботи французького вченого А. де Беттінї, Ю.Є.Благов виділяє такі концепції: «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливість» і «корпоративна соціальна діяльність», «етика бізнесу» і «корпоративна філантропія», «соціальні проблеми», «корпоративна соціальна добросовісність» і «процес корпоративної соціальної політики», «менеджмент зацікавлених сторін» і «корпоративне громадянство», «стійкий розвиток» і «корпоративна стійкість», «корпоративна репутація» і «соціально відповідальне інвестування», «потрійна звітність» і «корпоративна соціальна звітність» [3]. Існуючі концепції соціальної відповідальності мають більшою мірою термінологічну варіативність, їм характерне не протиріччя, а взаємодоповнюваність одна одній (табл. 2).

2. Термінологічна варіативність концепції корпоративної соціальної відповідальності

Автори	Назва концепції	Основні положення	Англomовна назва (аббревіатура)
Боуен, 1953; Девис,	Корпоративна	Впорядковано зміст	Corporate social

1960; Сеті, 1975; Керролл, 1979	соціальні відповідальність (КСВ)	КСВ, систематизовано рівні нормативності	responsibility (CSR. CSR-1)
Акерман, 1973; Престон, Пост, 1975; Фредерік, 1978; Керролл, 1979	Корпоративна соціальна сприйнятливість	Описано можливості корпорацій сприймати суспільні дії	Corporate social responsiveness (CSR-2)
Сеті, 1975; Керролл, 1979; Ватік, Корхен, 1985; Вуд, 1991	Корпоративна соціальна діяльність	Розроблено модель корпоративної соціальної діяльності	Corporate social performance (CSP)
Фріман, 1984 Кларксон, 1985 Дональдсон, Престон, 1995 Пост, Престон, Сакс, 2002	Менеджмент зацікавлених сторін	Наведено нове визначення корпорації, розкрито її зв'язок із зацікавленими сторонами	Stakeholder management (SM)
Лонгсдон, Вуд, 2002	Корпоративне громадянство	Визначено обов'язки корпорацій по відношенню до своїх зацікавлених сторін	Corporate citizenship (CC)
Ван Марревийк, 2003 Штойер, 2005	Корпоративна стійкість	Показано зв'язок соціальної відповідальності із суспільними проблемами	Corporate sustainability (CS)

Джерело: Розроблено автором з використанням джерела [3].

Відповідно визначення бізнес-словника, соціальна відповідальність – це свідоме відношення суб'єкта соціальної діяльності до вимог соціальної необхідності, громадянського обов'язку, соціальних завдань, норм і цінностей, розуміння наслідків здійснюваної діяльності для певних соціальних груп і осіб, для соціального прогресу суспільства.

Науковою спільнотою визнано, що початок сучасної літератури про соціальну відповідальність було покладено у 1953 р., коли вийшла у світ перша фундаментальна праця «Соціальна відповідальність бізнесмена» професора економіки Іллінойського університету (США) Хоуард Р. Боуена (Howard R. Bowen) [21]. В ній автором розкрито зміст поняття «соціальна відповідальність», показано, як концепція соціальної відповідальності може бути поширена на бізнес, наскільки бізнесу є вигідною участь у соціальних програмах, які економічні і соціальні вигоди від цього отримує

суспільство, відображено можливості подальшого детального вивчення соціальної відповідальності.

В якості «другого кандидата на звання батька КСВ» вчені розглядають Кіта Девіса, який на підставі аналізу діяльності багатьох корпорацій, дійшов висновку, що соціальна відповідальність сприяє розвитку компаній, і навпаки, уникнення соціальної відповідальності зводить до можливості успіху організацій. Це дало змогу сформулювати «залізний закон відповідальності», згідно з яким у довгостроковій перспективі ті, хто не використовує наявну владу в напрямі соціальної відповідальності, має тенденцію втратити цю владу. Проблема соціальної відповідальності має розглядатися і на системному рівні, і на рівні фірми – в управлінському контексті. Реальні рішення приймає бізнесмен, а відповідний інститут бізнесу визначає тільки культурні рамки, напрямі діяльності і специфічні інтереси [3, с. 27].

Серед визначень КСВ, що просуваються самим бізнесом, найбільш популярне те, що дано міжнародною організацією «World Business Council for Sustainable Development» (WBCSD): «Корпоративна соціальна відповідальність – це постійна прихильність бізнесу етичній поведінці і внесенню внеску в економічний розвиток, в цей же час поліпшуюча якість життя працівників і їх сімей, а також місцевих громад і суспільства в цілому» [19].

В економічній літературі немає єдності у підходах до визначення соціальної відповідальності (табл. 3).

Із усього різноманіття існуючих підходів до визначення соціальної відповідальності вітчизняні [17, с. 39] і зарубіжні вчені [5, с. 168-170] виділяють три найбільш поширених.

3. Основні підходи зарубіжних і вітчизняних вчених до визначення змісту поняття «соціальна відповідальність»

Автор, джерело	Версія автора
Г. Боуен [21, с.6]	Соціальна відповідальність бізнесмена полягає в реалізації тої політики, прийнятті таких рішень або дотриманні такої лінії поведінки, які були б бажаними для цілей і цінностей суспільства
М. Фрідман [23, с. 122]	Компанія, яка сплачує податки, встановлює бажаний рівень зарплати, забезпечує безпеку праці, захищає екологію – є соціально відповідальною та веде добросовісну ділову практику. Єдина відповідальність бізнесу – це зростання прибутку акціонерів. Бізнес допомагає суспільству уже тим, що виробляє товари, забезпечує його необхідними послугами і створює робочі місця.
А. Керолл [22, с. 500]	Соціальна відповідальність бізнесу це відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, які пред'являються

	суспільством організації в даний період часу
Ш.М. Валітов, В.А. Мальгін [5, с. 171]	Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність компаній перед всіма людьми і організаціями, з якими вони мають справу в процесі діяльності, і перед суспільством в цілому. ... Вона охоплює реалізацію таких соціально значимих проектів як розвиток трудового потенціалу працівників, охорону їх здоров'я, створення безпечних умов праці, природоохоронну діяльність і ресурсозбереження, турботу про інтереси місцевих громад.
Ашер Меір [13]	Корпоративна соціальна відповідальність – це розширена індивідуальна соціальна відповідальність власників підприємства. менеджери не должны принимать случайных решений относительно того, каким образом надо распределять доходы между наиболее подходящими, по их мнению, благотворительными организациями. Однако им следует активно использовать те уникальные возможности по оказанию помощи обществу, которые представляются им в рамках работы их компании.
О.А. Грیشнова [17, с.54]	Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність компаній за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом. Соціальна відповідальність загалом – це концепція, що заохочує враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на інших людей, громадян та навколишнє середовище у всіх аспектах.
І.П. Булеев, Н.Ю. Брюховецька, О.В. Черних [4, с.36]	Соціальна відповідальність бізнесу більш широке поняття, ніж корпоративна соціальна відповідальність, і охоплює всі організаційно-правові форми бізнесу: індивідуальні підприємці, господарські товариства: акціонерні товариства (відкритого і закритого типу), товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю; товариства (повні і командитні); кооперативи, державні підприємства.

Складено автором з використанням джерел [4, 5, 13, 17, 21, 22, 23].

1. Теорія корпоративного егоїзму або «економізована» концепція розвитку бізнесу в суспільстві – базується на принципах максимізації прибутку і високої продуктивності праці як показниками успішного функціонування підприємства на ринку.

2. Теорія кооперативного альтруїзму – базується на тому, що корпорації мають вносити значний внесок у поліпшення якості життя.

3. Теорія розумного егоїзму – базується на тому, що соціально відповідальний бізнес – це просто «хороший бізнес», оскільки у довгостроковій перспективі скорочує втрати прибутку, дозволяє зміцнити стійкість бізнесу, поліпшити імідж підприємства.

Розвиток концепції соціальної відповідальності, маючи динамічний характер, пройшов певні етапи. Досліджуючи еволюцію концепції КСВ,

американські дослідники В. Герде і Р. Вокуч виділили чотири фази еволюції концепції КСВ: «визрівання та інновації» (1960-ті р.); «розвиток і експансія» (1972-1979 рр.); «інституціоналізація» (1980-ті р.) і «зрілість» (1988-1996 рр.). Іншу систематизацію запропонував професор менеджменту з Університету Джорджії А. Керолл. Так, 1950-ті рр. були визначено ним як «початок еволюції терміна КСО»; 1960-ті рр. – як період «змістовного поглиблення дефініцій КСО»; 1970-ті рр. – як «посилення різноманітності дефініцій КСО»; 1980-ті рр. – період «зменшення числа дефініцій, ростом досліджень і появою альтернативних тем»; 1990-ті рр. – продемонстрували збереження ключової ролі самого терміна КСВ «при його поступовій трансформації або заміщенні в альтернативних тематичних рамках» [22].

Ю.Є. Благов, аналізуючи еволюцію концепції соціальної відповідальності, зазначає, що основними особливостями цієї еволюції є різноманітність релевантних категорій і тематичних рамок. На етапі становлення концепції КСВ (середина 1950-х – початок 1990-х рр.) йшов послідовний розвиток концепції КСВ, корпоративної соціальної сприйнятливості і корпоративної соціальної діяльності (КСД)... Розвиток концепції КСВ на власній основі (з початку 1990-х рр. дотепер) охопило альтернативні теми (концепція зацікавлених сторін, корпоративного громадянства і корпоративної стійкості), поява яких не означала припинення використання терміна КСВ [3, с.216].

Доктор в області економіки Ашер Меір, один із керівників Центру ділової етики при Ієрусалимському технологічному коледжі, зазначає, що КСВ – це розширена індивідуальна соціальна відповідальність власників підприємства. Менеджери не повинні приймати випадкові рішення відносно того, яким чином потрібно розподіляти між найбільш підходящими, на їх погляд, благодійними організаціями. Проте їм належить активно використовувати ті унікальні можливості по наданню допомоги суспільству, що надаються їм в рамках роботи компанії [13].

Суб'єктом соціальної відповідальності можуть виступати як окрема людина, так і підприємства, організації, колективи, різноманітні соціальні групи, держави, народи, людство в цілому як сукупний об'єкт соціальної діяльності і соціальної відповідальності. О.А. Грішнова зазначає, що суб'єкт КСВ може бути репрезентований бізнесменами і компаніями, якими вони володіють і на яких працюють, тобто бізнесом [17, с. 55-56]. В якості суб'єктів відповідальності практично у всіх трактовках фігурують і бізнес, системно взаємодіючий із суспільством, і корпорація, і менеджер, безпосередньо приймаючий рішення [3, с. 23].

Об'єктом соціальної відповідальності є «різноманітні соціальні спільноти, структури і процеси, на які спрямовуються соціально відповідальні дії з боку бізнесу, а саме інститутів, що його уособлюють» [17, с. 55-56].

Необхідність посилення соціальної відповідальності аграрних підприємств зумовлена об'єктивними причинами, серед яких загострення соціально-трудових відносин, подальша соціальна поляризація і дестабілізація, негативний вплив бізнесу на довкілля. Хоча українські підприємства і оперують термінами «соціальна відповідальність», «соціальні інвестиції», їх реальна соціальна політика частіше обмежується звичайною благодійністю. Практика створення соціально орієнтованого аграрного бізнесу ускладнюється, по-перше, тим, що нема чіткого уявлення, що таке соціальна відповідальність бізнесу і як вона впливає на конкурентоздатність. Серед соціально орієнтованих напрямів діяльності переважають заходи із підтримки персоналу за рахунок прибутку і відрахованих коштів від фонду заробітної плати, заходи із захисту здоров'я й безпеки споживачів. По-друге, у державі відсутня відповідна законодавча база, яка б стимулювала підприємства витратити кошти на соціальні проекти і благодійність.

Інвестиції в людський капітал є основним напрямком внутрішньої соціально спрямованої діяльності аграрних підприємств. Вони передбачають: охорону (безпеку) праці; гідну оплату праці, який забезпечує належний рівень життя і працівнику підприємства і його родині; стабільність у виплатах заробітної плати; додаткові витрати на соціальне забезпечення працівників; витрати на культурно-побутове обслуговування; витрати на забезпечення працівників житлом; розвиток персоналу через додаткові витрати на професійне навчання, підвищення кваліфікацію працівників; соціально відповідальна реструктуризацію з метою збереження персоналу підприємства; допомога в критичних ситуаціях; інші витрати на робочу силу.

Соціально відповідальні підприємства мають більше інструментів для залучення і утримання персоналу. Працівники підприємства і потенційні співробітники бажають трудитися в соціально-відповідальній організації, що дотримується етичних норм. Надання можливості працівникам брати активну участь у вирішенні соціальних проблем і сплата їх за допомогою ініціатив, сприяє зниженню плинності кадрів, залученню на роботу високо кваліфікованих співробітників.

Висновки. Соціальна відповідальність – певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми. Соціальна

відповідальність бізнесу є цілісним підходом до управління одночасно зовнішньою і внутрішньою середою підприємства, що сприяє підвищенню фінансових показників організації і зниженню її операційних витрат. Управлінська сутність соціальної відповідальності бізнесу полягає в отриманні соціального ефекту від дій, що відповідають соціальним нормам, цінностям і очікуванням, і характеризує ступінь відповідності бізнесу вимогам суспільного розвитку. Економічна сутність соціальної відповідальності полягає в отриманні економічного ефекту від ведення соціально орієнтованого бізнесу і відповідає цілям господарської діяльності.

Позитивними наслідками застосування політики соціальної відповідальності і норм ділової етики в умовах кризи є зменшення нефінансових ризиків, довгострокове поліпшення іміджу і ділової репутації, зростання капіталізації, набуття конкурентних переваг та стратегічної стійкості бізнес-структури.

Перешкоди до становлення соціально відповідального аграрного бізнесу створюють: порушення принципу максимізації прибутку; додаткові витрати на соціальну відповідальність; недостатня кваліфікація у розв'язанні соціальних проблем; відсутність загальноприйнятих стандартів публічної соціальної звітності підприємств.

Бібліографічний список: 1. Балтачєєва Н.А. Развитие социальной политики предприятия как инструмента реализации корпоративной ответственности / Н.А. Балтачєєва // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2008. – № 3/ІІ [45]. – С.10-13. 2. Баранник Л.Б. Виховання соціально відповідального бізнесу як фактор формування громадянського суспільства / Л.Б. Баранник // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2008. – №3/ІІ [45]. – С. 14-16. 3. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 272 с. 4. Булеев И.П. Социальная ответственность бизнеса: теория и практика: монографія / И.П. Булеев, Н.Е. Брюховецкая, Е.В. Черных / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк: ИЭП НАН Украины; ДонУЭП, 2008. – 137 с. 5. Валитов Ш.М. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Ш.М. Валитов, В.А. Мальгин; Федеральное агентство по образованию, Казанский гос. финансово-экон. ин-т. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. – 207 с. 6. Вєрба Д.В. Теоретичні дослідження

соціальної відповідальності роботодавця / Д.В. Верба // Україна: аспекти праці. – 2013. – №2. – С. 33-40. 7. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні / О.А. Грішнова // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1(15). – С. 39-46. 8. Дробышев В. Глобальный договор – инвестиции в будущее / В. Дробышев // Директор. – 2006. – № 10. – С. 68-69. 9. Калита П.Я. Пять трактатов о восхождении к лучшей жизни или Как достичь устойчивого развития государства посредством системного совершенствования организации / П.Я. Калита // – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stn.by/mags.php?id=43> 10. Корнильев К.Г. Предприятие будущего: результаты глобального исследования компании IBM / К.Г. Корнильев // Российский журнал менеджмента. – 2009. – Т. 7. – № 1. – С. 149–178. 11. Куринько Р. Осваиваем КСО: просто о сложном / Р. Куринько. – К.: Издательство «Журнал «Радуга», 2011. – 204 с. 12. Литвинов В. С миру по нитке: как мировые знания КСО приживаются в Украине / В. Литвинов // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://kontrakty.ua/business/csr/13371-s-miru-po-nitke-kak-mirovye-znaniya-kso-prizhivayutsya-v-ukraine>. 13. Меир А. Бизнесмены и общество: корпоративная филантропия / Ашер Меир // Материал сайта международной еврейской религиозной организации Эш а-Тора. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.evrey.com/sitep/ethics/arkhiv.php3?menu=267>. 14. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність: монографія / за ред. д-ра філос. наук, проф. Г.Ф. Хоружого. – К.: УБС НБУ, 2009. – 255 с. 15. О плане мер по реализации в 2013 году Стратегии государственной политики содействия развитию гражданского общества в Украине: Указ Президента Украины № 342/2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prezident.gov.ua/ru/documents/15829.html>. 16. Потапчук Г.Ю. Реформування сектора державної власності у контексті соціальної відповідальності держави / Г.Ю Потапчук // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2008. – № 3/II [45]. – С. 100. 17. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с. 18. Український аграрний сектор: тенденції та альтернативи розвитку // Економіка України. – 2012. – № 4. – С. 89. 19. Чубарова Т.В. Социальная ответственность в рыночной экономике: работник, бизнес, государство. – СПб.: Нестор-История, 2011. – 320 с. 20. Ящишина І.В. Соціальне спрямування

інноваційної економіки: досвід, тенденції, наслідки: монографія / І. Ящишина. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я.І., 2012. – 368 с. 21. Bowen Howard R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – N.Y.: Harper & Row, 1953. – 298 p. 22. Carroll A.B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. Academy of Management Review 4(4): 497-505. 23. Fridman M The Social Responsibility of Business is to increase its Profits // New York Times Magazine. – September, 13.1970. – P.122-126. 24. The Enterprise of the Future: IBM Global CEO Study - Life Sciences Industry Edition. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/pdf/gbe03080-usen-ceo-ls.pdf>.

Яровая В.В. Теоретико-методологические подходы к изучению социальной ответственности бизнеса. Концепция социальной ответственности имеет междисциплинарный характер и является предметом изучения социологии, психологии, экономики, социального управления, юриспруденции, экологической этики, философии. Исследования носят качественный характер и отражают социальную, этическую, правовую стороны проблемы. В Украине делаются первые шаги в направлении социальной ответственности бизнеса. В статье проведен системный анализ отечественных и зарубежных источников по вопросам экономических и социальных проблем общества, материал адаптирован к украинскому аграрному бизнесу, выявлены особенности становления социальной ответственности сельскохозяйственных предприятий.

Yarovaya V. Theoretical and Methodological Approaches to Business Social Responsibility Study. The concept of social responsibility has an interdisciplinary character and is a subject of sociology, psychology, economy, social management, jurisprudence, environmental ethics, and philosophy studying. The investigations have a qualitative character and reflect social, ethic and legal side of the problem. The first steps in the direction of business social responsibility are made in Ukraine. The system analysis of domestic and foreign sources on the questions of the economic and social problems of the society is carried out in the article, the material is adapted to Ukrainian agrarian business, the peculiarities of social responsibility formation at agricultural enterprises are revealed.