

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 005.35

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/187-1>**Корнієвський С.В.**кандидат наук з державного управління,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури**Чала В.С.**кандидат економічних наук,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2233-2335>**Korniievskiy Serhiy, Chala Veronika**

Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ» В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕОРІЇ

У статті узагальнені наукові підходи до визначення сутності поняття «соціальна відповідальність», запропоновано її авторське трактування. Досліджені теоретико-методологічні підходи до формулювання поняття «відповідальність» та похідного від нього – «соціальна відповідальність». Проведено історичну ретроспективу поглядів вчених на розуміння сутності цього феномену. Зазначено, що соціальна відповідальність базується на особистісній відповідальності людини та в процесі її суспільної діяльності набуває певної спрямованості на досягнення господарських цілей, які постають практично-конкретним уточненням базових цінностей щодо господарсько-функціонального призначення колективного суб'єкта соціальної дії. Доведено, що соціальна відповідальність відіграє ключову роль у сучасному світі, де бізнес, громадянське суспільство і держава взаємодіють для досягнення сталого розвитку. Поняття соціальної відповідальності в економічній теорії розглянуто також з точки зору важливості балансу між прибутковістю підприємства та його внеском у соціальний та екологічний розвиток. Доведено, що розвиток цієї концепції сприяє створенню більш стійких і справедливих економічних систем, які користуються підтримкою споживачів, інвесторів та суспільства в цілому.

Ключові слова: відповідальність, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, спрямованість соціальної відповідальності, етапи розвитку соціальної відповідальності.

THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF «SOCIAL RESPONSIBILITY» IN ECONOMIC THEORY

The scientific approaches to defining the essence of the concept of "social responsibility" have been summarized in the article and its author's interpretation have been proposed. The theoretical and methodological approaches to formulating the concept of "responsibility" and its derivative, "social responsibility," have been examined. A historical retrospective of scholars' views on the understanding of this phenomenon has been provided. It has been noted that social responsibility is based on an individual's responsibility and, in the process of their social activities, acquires a certain focus on achieving economic goals, which are practically specified as the fundamental values regarding the economic-functional purpose of a collective subject of social action. It has been proved that social responsibility plays a key role in the modern world, where business, civil society, and the state collaborate to achieve sustainable development. Thanks to the expanded role of the concept of "social responsibility" in economic theory and practice, it has been concluded that the concept of social responsibility has become an integral part of strategic business management. The author emphasizes that nowadays enterprises have been understanding about not only maximizing profit but also taking into account the social and environmental aspects of their activities. Real socially responsible enterprises contribute to sustainable consumption by offering environmentally friendly products and services and reducing their negative impact on the environment. It has been noticed that socially responsible businesses often invest in social projects such as education, healthcare, and poverty alleviation, contributing to improving the quality of life for the population. The author believes that businesses which prioritize social responsibility often become more competitive in the market by increasing the trust of consumers and investors. It has been proved that social responsibility has become a key tool in achieving sustainable development, taking into account the needs of current generations without compromising the opportunities of future generations. The concept of social responsibility in economic theory reflects the essence and importance of balancing profitability of enterprises with their contribution to social and environmental development. It has been concluded that the development of this concept contributes to the creation of more resilient and equitable economic systems that enjoy the support of consumers, investors, and society as a whole.

Keywords: responsibility, social responsibility, corporate social responsibility, the focus of social responsibility, stages of social responsibility development.

JEL classification: A13, B31, Z10

Постановка проблеми. Від самого початку становлення України як незалежної держави майже всі сфери суспільного життя опинилися під впливом загальнонаціональних трансформаційних процесів, не минули реформи й економічну сферу. Традиційний вектор на вирішення загальних суспільних потреб, що є природним покликанням держави як форми організації суспільства в нових умовах потребував перегляду. А вже перехід держави до ринкових умов господарювання передбачає задоволення не тільки суспільних інтересів, але й врахування інтересів кожної окремої особи, як фізичної, так і юридичної. Вказуючи на суттєву роль соціальної відповідальності в становленні нових суспільних відносин щодо створення та розподілу матеріальних благ, вчені розробляли адекватну систему поглядів на її сутність та місце в економічній теорії.

Проблематика соціальної відповідальності сьогодні набуває першочергової актуальності тому, що відбувається кардинальна зміна динаміки соціально-економічного функціонування суспільства в цілому і соціально-трудової сфери зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Можна вважати, що початок наукових досліджень у сфері соціальної відповідальності покладено виданням у 1953 році монографії американського економіста Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» [10]. З того часу ця проблематика привертає значну увагу науковців. Серед вітчизняних та закордонних вчених Н.А. Балтачева, Л.Б. Баранник, Ю.М. Благоев, Н.Ю. Брюховецька, І.П. Булеєв, Ш.М. Валітов, Д.В. Верба, О.А. Грішнова [7], К. Девіс, П.Я. Калита, А.М. Колот [7], К.Г. Корнильєв, Е.М. Лібанова, А. Меір, Г.Ю. Потапчук, М. Фридман, Г.Ф. Хоружий, О.В. Черних, Т.В. Чубарова та ін. Сьогодні проблематику соціальної відповідальності досліджують М.С. Дейч [1], К.С. Калинець [3], Н. Резнік [6], В.В. Ярова [9] та ін.

Проте намагання теоретиків виділити основні ознаки поняття «соціальна відповідальність» не завжди давали бажаний результат, адже сама за себе говорить складність дефініції. Не всі аспекти соціальної відповідальності розкриті глибоко і всебічно. Навіть у самій трактовці визначення та змісту соціальної відповідальності існують принципові розбіжності, не говорячи вже про багатоманітні прикладні питання її реалізації.

Мета статті: провести аналіз підходів, які склались в економічній теорії до визначення сутності поняття «соціальна відповідальність» та запропонувати на основі аналізу визначення цього поняття.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальна відповідальність є фундаментальною проблемою для економічної і в цілому суспільствознавчої науки. Вона зовсім не зводиться лише до тематики корпоративної соціальної відповідальності, яка зараз є найбільш дослідженою у економічній науці [6]. Більше того, якщо головного суб'єкта соціальної відповідальності вбачати лише у сучасній корпорації, то основоположні характеристики цього феномена залишаться поза увагою дослідження. Тому розуміння самої відповідальності стане неадекватним його сутності.

У зв'язку з цим потребує усвідомлення первинна, базова відповідальність, її глибинна засада, яка властива природі людини і «фіксує» специфіку саме людини у порівнянні з іншими представниками тваринного світу. Поряд з цим доцільно виділяти побіжні,

вторинні форми відповідальності, які переважно фіксують саме соціальну відповідальність, бо виникають і реалізуються в сфері сумісно-розділеної діяльності людини.

У різних науках, зокрема філософії, соціології, економічній теорії, знаходимо різнопланові теоретико-методологічні підходи до формулювання поняття «відповідальність» та похідного від нього – «соціальна відповідальність».

Перші пояснення феномену відповідальності містяться у працях античних філософів Платона й Арістотеля. Так, Платон чи не перший висунув тезу про відповідальність людини за свої вчинки. Платонівська філософія не давала людині, яка мала порочну душу, надії та спокою. У знаменитому трактаті «Держава» Платон зазначає: «Закон має на меті не добробут певної верстви населення, а блага всієї держави; то переконанням, то силою забезпечує він згуртованість усіх громадян, діючи так, щоб вони були один одному взаємно корисні тією мірою, якою вони взагалі можуть бути корисні для всього суспільства» [5].

Давньогрецький філософ Арістотель пов'язував поняття відповідальності зі свободою волі і свободою вибору і ставив питання про відповідальність за вчинки, здійснені через незнання, коли можна було передбачити результати своїх дій. Відповідальність згідно з аристотелівською етичною традицією полягає в тому, що людина відповідальна за своє життя і перш за все перед собою. Етика Арістотеля – це наука про те, як відповідати своєму призначенню. При цьому Арістотель основну увагу звертає на душу людини, яка її актуалізує, а матерія містить лише певний потенціал [2].

Зазначимо, що в античній філософії відповідальність досліджувалася в основному не прямо, а опосередковано через такі етичні категорії, як мораль, обов'язок, свобода і необхідність, добро і зло. Більш розгорнуте теоретичне обґрунтування цієї категорії знаходимо у працях західноєвропейських філософів XVI–XIX ст., зокрема в публікаціях Т. Гоббса, І. Канта, Дж. Локка, М. Монтеня, Д. Юма, А. Шопенгауера та інших. Названі філософи та їхні послідовники чітко обстоюють ідею взаємозв'язку свободи і необхідності, особистості і суспільства, відповідальності як природного стану людини і громади.

І. Кант одним з перших використав категорії «відповідальний», «відповідальність», значення яких він тлумачив як слідування категоричному імперативу й абсолютному моральному закону [4].

Починаючи з XIX ст. відповідальність розглядається безпосередньо, але різні мислителі трактують її далеко не однаково. Так, для Ф. Ніцше (1884–1900) відповідальність суб'єктивна і тотожна совісті. М. Вебер (1864–1920) вважав відповідальність конструктором, акцентуючи увагу на «етиці відповідальності». На думку багатьох філософів сучасності, відповідальність постає як єдина духовна надія в розв'язанні суперечностей загальної кризи культури. Так, Ж.П. Сартр стверджує, що «наша відповідальність є значно більшою, аніж ми могли б передбачити, оскільки поширюється на все людство» [8].

Методологія дослідження обумовлює пошук механізму реалізації як особистої, так і соціальної відповідальності в контексті проблеми свободи. Із свободою людини, особистості пов'язана її відповідальність.

Існують три найбільш фундаментальні цінності людського буття, без яких соціально орієнтоване ринкове господарство не може існувати та нормально функціонувати. Це свобода людської особистості; солідарні зв'язки людей; соціальна відповідальність особистості. Тобто, з одного боку, має бути поєднання свободи особистості та солідарних зв'язків людей; а з іншого – саме через такі солідарні зв'язки людей відповідальність особистості трансформується в соціальну відповідальність.

Так, свобода особистості у об'єктивованому світі проявляється на тлі свободи усіх інших особистостей; солідарні зв'язки людей можуть існувати і реалізовуватися лише при наявності свободи усіх особистостей; а саме ці дві умови «перетворюють» особисту відповідальність людини у соціальну відповідальність через встановлення постійних солідарних зв'язків між вільними людьми. При цьому саме усвідомлена кожною особистістю соціальна відповідальність створює передумови реалізації особистісної свободи і солідарних зв'язків.

Визначені методологічні засади: висхідна свобода господарюючої особистості; особиста відповідальність як базова форма відповідальності; рефлексивна природа свободи, солідарних зв'язків та соціальної відповідальності – є науковою підставою подальшого дослідження проблем соціальної відповідальності в ході сучасних господарських трансформацій заради розвитку людини та підвищення добробуту всього населення України.

Логічна послідовність формування теоретико-методологічних засад потребує більш чіткого виділення рівнів соціальної відповідальності. Це можна зробити, виходячи з того, що такі рівні є похідними, вторинними щодо відповідальності особистості, яка через свій «прояв» до сумісно-розділених відносин господарської діяльності, реалізує свою особистісну – базову, вкорінену у самій своїй біо-соціо-духовній природі, відповідальність за процес життєдіяльності, можливість його збереження і розвитку в майбутньому [1].

У своєму повсякденному житті людина прагне до якісно кращого свого життєзабезпечення, добре розуміючи, що сама вона, тобто без співпраці з іншими людьми, такої мети досягти не може. Вона змушена в своїй діяльності об'єднуватися з іншими особами, які, як і вона сама, є вільними і відповідальними щодо реалізації своєї особистої мети і діяльності. Прагнення до кращого тут виступає тією глибинною установкою, яка й створює засади щодо об'єднання потенціалів, зусиль, практичної діяльності. Види чи типи такого об'єднання можуть бути різними, як і критерії чи інтереси-спонукання до об'єднання. Проте коли йде мова саме про об'єднання, то відбувається встановлення взаємозв'язків розуміння світу соціального. При цьому під ним мається на увазі насамперед соціальна дія як взаємодія людей, а саме соціальне трактується перш за все як міжіндивідне, а через розуміння діяльності відкривається можливість зрозуміти соціальне буття як процес, динаміку, де зберігаються зв'язки основних відносин людей до світу: їх відносин до речей, один до одного, а також і до самого себе.

У економічній площині соціальне предстає насамперед як участь людини, особистості у процесі розподілу праці та виконанні певних функціональних дій,

які певним чином узгоджуються з діями інших людей. Саме ж таке узгодження потребує особливої функції управління, яка на різних рівнях організації сумісної діяльності породжує «нових» суб'єктів соціальної відповідальності, при цьому немов би «відтісняє» на другий план особистісну відповідальність. Тобто спостерігається такий процес, коли особиста відповідальність залишається базовою, вона зберігається як елемент фундаментальної структури людської діяльності, але в актуальній її структурі наперед виходить саме соціальна, відповідальність.

Спрямованість соціальної відповідальності залежить від того, яку мету та функції у господарському процесі покликано реалізовувати дане об'єднання людей. При цьому сама соціальна відповідальність постає перед дослідником щонайменше як двоповерхова модель. На першому більш глибинному рівні вона є відповідальністю за реалізацію сутнісних цінностей людини: її життя і самореалізації, збереження природи, продовження особливого людського роду. Ця відповідальність в цілому більш-менш співпадає з особистою відповідальністю і фіксує саме той момент, що у будь-яке соціальне угруповання об'єднуються саме особистості з своїми фундаментальними, базовими цінностями. На другому, більш поверхневому рівні ці цінності базового характеру трансформуються в конкретні прагматичні господарські цілі, які постають практично-конкретним уточненням базових цінностей щодо господарсько-функціонального призначення даного колективного (групового, державного та ін.) суб'єкта соціальної дії. На цьому рівні соціальна відповідальність набуває так би мовити обмежено-інструментального характеру (цінності тут представлені переважно цілями діяльності), бо у ній на перший план виходять більш буденні інтереси та турботи, за якими здебільшого поза увагою залишаються глибинні проблеми людського буття. Тобто на цьому рівні спостерігається деяке спрощення відповідальності: соціальна відповідальність набуває більш інструментального характеру, оскільки вона перш за все співвідноситься з відповідальністю за досягнення поточних цілей виробництва.

Тим самим соціальна відповідальність постає немов би з двоїстою природою. Орієнтація на саму соціальність виражає поєднаний мотив та інтерес людей щодо загального прагнення людей до більш щасливого, якісно кращого життя; в той же час функціональна специфіка реалізації соціального угруповання як господарського суб'єкта «заземлює» проблему відповідальності лише до того, що актуальне саме зараз і саме у цьому місці. Звідси й витікає те, що інструментальні цілі поточної інструментальної діяльності затівають сутнісну сторону соціальної відповідальності у повному її обсязі.

Як вже зазначалось в економічних дослідженнях превалюють дослідження такого рівня соціальної відповідальності як корпоративна соціальна відповідальність, що сформоване різними історичними передумовами розвитку бізнесу та усвідомленням необхідності корпорацій відповідати за власну діяльність перед суспільством. Воно не виникло раптом, а повільно еволюціонувало в часі. Так, дослідники стверджують, що зародження соціальної відповідальності зумовлено швидкими темпами розвитку промислової револю-

ції в 50-х роках ХХ століття. Сприятливим чинником зародження програм соціальної відповідальності стало розширення обізнаності громадськості щодо екологічних та етичних питань господарювання і зростання тиску з боку організованих груп активістів (захисників довкілля, феміністського руху, поборників за інтереси споживачів тощо).

К.С. Калинець виділяє три етапи розвитку соціальної відповідальності, які характеризують поняття з позиції вимог часу і розвитку суспільно-економічних відносин. Так, перший етап називають зародженням соціальної відповідальності (60-ті – середина 70-х років ХХ століття). Етап характеризувався поширенням філантропії (благодійності) у діяльності компаній. Це передбачало те, що промислові підприємства, окрім дотримання законів і гарантій якості товарів та послуг, добровільно брали на себе ще й додаткові зобов'язання перед суспільством, акцентуючи увагу на поліпшенні якості життя людей. На цьому етапі визначальною подією, яка сприяла зародженню соціальної відповідальності, була публікація 1953 року монографії Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена». Монографія підтвердила той факт, що соціальна відповідальність набуває статусу важливого соціального інституту. У публікації було висвітлено засади, рамки соціальної активності та напрями розвитку феномену соціальної відповідальності [10]. Результатом усвідомлення важливості суспільних цінностей, визначених Г. Боуеном, стало те, що у 1950-х роках було прийнято рішення Верховного суду США, яке скасувало юридичні обмеження і неписані норми, що обмежували корпоративну доброчинність та участь компаній у вирішенні соціальних питань. Соціальна відповідальність того періоду характеризувалася концепцією суто маркетингу, інструментом реалізації якого вважали маркетингові дослідження, програми маркетингу, маркетинговий інструментарій. Основним завданням компаній, що заснували цю концепцію, було отримання стабільного прибутку через урахування потреб споживачів.

Другий етап у формуванні соціальної відповідальності – це етап становлення стратегічної філантропії (середина 70-х – початок 80-х років ХХ століття). Причиною виникнення цього етапу дослідники визначають техногенну катастрофу, пов'язану з витоком нафти 1989 року в компанії Exxon Valdez. У той період філантропічна діяльність компанії опинилася під сумнівом, адже компанія, яка активно позиціонувала себе як соціально відповідальна. Ця ситуація стала причиною того, що від бажання отримувати максимальні прибутки компанії усвідомили необхідність отримувати оптимальні прибутки із забезпеченням компенсації витрат природних ресурсів. Водночас соціальна активність суспільства змінила вимоги до діяльності корпорацій від боротьби з наслідками соціальних проблем до боротьби із подолання причин виникнення цих проблем.

Третій етап розвитку соціальної відповідальності – розвиток концепції соціальних інвестицій, який розпочався з кінця 1980-х років. Виокремлення цього етапу зумовлено виникненням доброчинних корпоративних фондів. Їх призначення передбачало те, що не тільки філантропічні ініціативи повинні сприяти досягненню економічних цілей розвитку суспільства, а й комер-

ційні підрозділи повинні підтримувати маркетингові знання, технічну допомогу, залученість працівників до волонтерської роботи. Водночас вважається, що причиною переходу до нового етапу розвитку соціальної відповідальності є новий фактор «морального тиску» – це коли покупці, інвестори та працівники, роблячи свій вибір, особливу увагу приділяли моральності компанії [3].

Фактично, починаючи із кінця 1980-х років, комерційний, громадський і державний сектори почали разом розв'язувати актуальні соціально значущі проблеми місцевих громад. Натомість компанії, маючи за пріоритет власну вигоду, повинні були враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів).

Поява концепції корпоративної соціальної відповідальності – це й реакція на погіршення відносин між працею і капіталом, яке перманентно супроводжувало розвиток економічної системи протягом ХХ століття, а особливо у 30-ті роки, коли різко знизилася соціальна безпека, а натомість зросли нестабільність, відчуження, дискримінація в різноманітних формах. Новий етап у становленні досконалих відносин між працею і капіталом розпочався у повоєнний період, на який і припадає найбільш активний розвиток теорії і практики соціально відповідальної поведінки бізнесу.

Проте аналіз літературних джерел свідчить, що й досі як у вітчизняній, так і в іноземній літературі немає єдиної чи більш-менш узгодженої думки щодо змісту корпоративної соціальної відповідальності. Визначаючи межі і функції соціальної відповідальності, учені і практики керуються перш за все своєю прихильністю до тих чи інших соціально-економічних доктрин та світоглядними настановами [7]. Узагальнення основних положень теорій та концепцій корпоративної соціальної відповідальності представлені в таблиці 1.

Розглянута сутність теорій та концепцій корпоративної соціальної відповідальності дозволяє стверджувати, що існують три основні інтерпретації концепції соціально відповідального бізнесу. Перша і найбільш традиційна підкреслює, що єдина відповідальність бізнесу – збільшення прибутку для своїх акціонерів може бути названа теорією корпоративного егоїзму.

Другий погляд прямо протилежний – теорія корпоративного альтруїзму. З'явилася вона одночасно з першою і підкреслила, що корпорації повинні робити значний внесок у поліпшення якості життя. Третю позицію репрезентує одна з найсильніших центристських теорій – теорія розумного егоїзму. У ній акцент ставиться на тому, що соціальна відповідальність бізнесу – це вже «хороший бізнес», оскільки скорочує довгострокові ризики втрати прибутку. Витрачаючи гроші на соціальні та філантропічні програми, корпорація скорочує свої поточні прибутки, але в довгостроковій перспективі створює сприятливе соціальне оточення, а отже, надійні прибутки. Соціально відповідальна поведінка – це можливість для корпорації реалізувати свої основні потреби у виживанні, безпеці і стратегічній стійкості [9].

Отже, на основі проведеного дослідження можна запропонувати наступне визначення соціальної відповідальності в економічній теорії: соціальна відповідальність базується на особистісній відповідальності людини та в процесі її суспільної діяльності набуває

Таблиця 1

Сутність теорій та концепцій корпоративної соціальної відповідальності

Назва	Сутність
Теорія корпоративного егоїзму	Єдиною метою бізнесу є максимізація прибутку за умови дотримання чинних правил гри. Водночас вони стверджують, що будь-яку компанію можна вважати соціально відповідальною, якщо вона виплачує прийнятний рівень заробітної плати, своєчасно й у повному обсязі сплачує податки, виконує соціальні обов'язки, що передбачені законодавством.
Концепція компанії власників	Сповідання тотального контролю над корпорацією і її персоналом з боку акціонерів. Що стосується соціальної діяльності компанії, то вона є моральним правом власників і має регулюватися не державою, не національним законодавством, а лише кодексами компанії.
Теорія корпоративного альтруїзму	Реалізація бізнесом обов'язків перед суспільством має здійснюватися за трьома концентричними колами. Перше (внутрішнє) коло охоплює діяльність господарського характеру та зобов'язання, що впливають з економічних функцій, а саме: виробництво якісних товарів чи надання послуг, створення робочих місць, забезпечення економічного зростання. Друге коло вміщує відповідальність за реалізацію названих зовнішніх функцій з урахуванням соціальних цінностей. Третє (зовнішнє) коло охоплює обов'язки, які передбачають активну участь у поліпшенні навколишнього середовища та вирішенні інших суспільних проблем на основі етичних норм і очікувань громадськості.
Концепція учасників (stakeholders company)	Компанія являє собою соціальну спільноту. Усі особи й інститути, які мають стосунок до стійкого функціонування організації, включаючи акціонерів, постачальників, клієнтів, споживачів, найманих працівників, менеджерів, представників місцевої влади, не тільки підтримують відносини і зв'язки між собою, а і являють спільноту, яка об'єднана спільним інтересом.
Концепція обов'язків А. Керролла	Будь-яка організація, котра претендує на одержання статусу соціально відповідальної, повинна виконувати економічні, правові, етичні та філантропічні обов'язки перед суспільством.

Джерело: складено автором на основі джерел: [7; 11; 12]

певної спрямованості на досягнення господарських цілей, які постають практично-конкретним уточненням базових цінностей щодо господарсько-функціонального призначення колективного суб'єкта соціальної дії.

Висновки. Соціальна відповідальність в економічній теорії відіграє ключову роль у сучасному світі, де бізнес, громадянське суспільство і держава взаємодіють для досягнення сталого розвитку. Завдяки розширенню ролі поняття «соціальна відповідальність» в економічній теорії і практиці, можливо зробити висновок, що концепція соціальної відповідальності стала невід'ємною частиною стратегічного управління бізнесом. Підприємства розуміють, що вони повинні не лише максимізувати прибуток, але також враховувати соціальні та екологічні аспекти своєї діяльності. Підприємства з явними проявами соціальної відповідальності сприяють сталому споживанню, пропонуючи екологічно чисті продукти та послуги, а також зменшуючи негативний вплив на навколишнє середовище. Соціально відповідальні підприємства часто

інвестують у соціальні проекти, такі як освіта, охорона здоров'я та боротьба з бідністю, сприяючи покращенню якості життя населення. Бізнеси, що дбають про соціальну відповідальність, часто стають більш конкурентоспроможними на ринку через підвищення рівня довіри споживачів та інвесторів. Держави грають важливу роль у розвитку соціальної відповідальності шляхом регулювання та створення стимулів для підприємств. Важливо збалансувати саморегулювання бізнесу та державну інтервенцію.

Соціальна відповідальність стає ключовим інструментом у досягненні сталого розвитку, враховуючи потреби сучасних поколінь без ушкодження можливостей майбутніх поколінь. Поняття соціальної відповідальності в економічній теорії відображає сутність та важливість балансу між прибутковістю підприємства та його внеском у соціальний та екологічний розвиток. Розвиток цієї концепції сприяє створенню більш стійких і справедливих економічних систем, які користуються підтримкою споживачів, інвесторів та суспільства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Дейч М.С. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічні основи змістовного визначення. *Соціальна економіка*. 2013. № 1. С. 91–99.
2. Вєсь Аристотель. Електронна книга. Київ : Мультимедійне видавництво Стрельбицького, 2019.
3. Калинець К.С. Теоретико-методологічні основи розуміння соціальної відповідальності. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Вип. 2. С. 43–47.
4. Кант І. Основи метафізики нравственности. Київ : ТОВ «Видавничий союз Андронум», 2020. 90 с.
5. Платон. Держава. Львів : Априорі, 2021. 464 с.
6. Резнік Н. Соціальна відповідальність бізнесу: сутнісно-теоретичні аспекти. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13, № 3. С. 296–303.
7. 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. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.
8. Читанка з філософії: У 6 книгах. Київ : Довіра, 1993. Кн. 6: Зарубіжна філософія ХХ століття. С. 131–139.
9. Ярова В.В. Категорія «соціальна відповідальність»: теоретичні джерела, еволюція підходів до визначення, практика розвитку. *Економіка. Проблеми економічного становлення*. 2013. Вип. 4. С. 63–69.
10. Bowen, H.R. Social responsibilities of the businessman. New York : Harper & Row, 1953.
11. Carroll A. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*. 1991. № 34 (4). P. 39–48.

12. Fridman M. The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times magazine*. 1970.

References:

1. Deich M. (2013). Sotsialna vidpovidalnist: teoretiko-metodologichni osnovi zmistovnoho visnachennia [Social responsibility: theoretical and methodological basis of meaningful definition]. *Social economy*. No. 1. P. 91–99.
2. Ves Aristotel (2019). Elektronna kniga [The entire Aristotle, e-book]. Kyiv: Strelbytsky Multimedia Publishing House.
3. Kalynets K. (2016). Teoretiko-metodologichni osnovi rozuminnia sotsialnoi vidpovidalnosti [Theoretical and methodological foundations of understanding of social responsibility]. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*. Issue 2. P. 43–47.
4. Kant I. (2020). Osnovi metafiziki нравственности [Kant I. Fundamentals of the metaphysics of morality]. Kyiv: LLC “Vidavnychy Union Andronum” 90 p.
5. Platon (2021). Derzhava State. Lviv: Apriori, 464 p.
6. Reznik N. (2014). Sotsialna vidpovidalnist biznesu: sutnisno-teiretichni aspekti [Social responsibility of business: substantive and theoretical aspect]. *Journal of European Economics*. Vol. 13, No. 3. P. 296–303.
7. Sotsialna vidpovidalnist: Teoria i praktika rozvitku: monografia (2012) [Social responsibility: theory and practice of development: monograph] / A.M. Kolot, O.A. Grishnova, etc.] ; for sciences ed. Dr. Econ. Sciences, Prof. A.M. Kolota. Kyiv: KNEU. 501 p.
8. Chitanka z filosofii (1993) [Reader in philosophy]. In 6 books. Kyiv: Dovira, Book. 6: Foreign philosophy of the 20th century. P. 131–139.
9. Yarova, V. (2013). Kategoria “Sotsialna vidpovidalnist”: teoretichni dgerela, evolutsia pidhodiv do viznachennia, praktika rozvitku [The category of "social responsibility": theoretical sources, evolution of approaches to definition, development practice] *Economics. Problems of economic formation*. Issue 4. P. 63–69.
10. Bowen, H.R. (1953). Social responsibilities of the businessman New York: Harper& Row.
11. Carroll A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*. № 34 (4). P. 39–48.
12. Fridman M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times magazine*.