

4. Киселёва В. Новые тенденции в оценке экономической роли государства в буржуазной литературе : науч. аналит. обзор. / В. Киселёва. – М., 1979. – 37 с.
5. Малий І. Й., Галабурда М. К. Економіка державного сектора : навч. посібник. – К. : КНЕУ, 2007. – С. 46.
6. Самуэльсон, Пол Э. Экономика / Пол Э. Самуэльсон, проф. Массачусет. технол. ин-та, Вильям Д. Нордхаус, проф. Йельс. ун-та ; [пер. с англ. О. Л. Пелявского]. – М.; СПб.; К. : Вильямс, 2012. – 1358 с.
7. Стігліц, Джозеф Е. Економіка державного сектора / Стігліц, Джозеф Е. ; пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К. : Основи, 1998. – 854 с.

Подопрыгора Л. А. Теория общественного благосостояния как методологическая основа теории и практики государственной собственности и государственного сектора экономики.

В статье рассматривается теория и практика государственной собственности и государственного сектора экономики на методологической основе теории общественного благосостояния, акцентируется внимание на определяющем значении проблем экономической и политической власти, экономических частных и общественных интересов, экономической эффективности и социальной справедливости в обосновании государственной собственности и государственного сектора экономики.

Ключевые слова: государственная собственность, государственный сектор экономики, общественное благосостояние, общественные экономические интересы, социальная справедливость.

Pidoprygora L. A. The theory of social welfare as a methodological basis of the theory and practice of public property and the public sector.

In the article a theory and practice of public domain and public sector of economy are examined on methodological basis of theory of public welfare, attention is accented on the decision value of problems of economic and political power, economic private and public interests, economic efficiency and social justice in the ground of public domain and public sector of economy.

Keywords: public domain, public sector of economy, public welfare, public economic interests, social justice.

УДК 005.33

Деліні М. М.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова

РОЗВИТОК НАПРЯМІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ: ЕВОЛЮЦІЙНИЙ АСПЕКТ

У статті розглядається еволюційний розвиток категорії “соціальна відповідальність бізнесу” та напрямів її застосування у світі та в Україні, а саме: зародження цього поняття, поширення в підприємницьких структурах, напрями, в яких вона може бути застосована та закріплення її як норми функціонування будь-якого підприємства. Досліджено проблему створення соціально відповідального підприємництва в Україні.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, соціально-трудові відносини, благодійність.

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) займає значне місце в країнах з розвинутою економікою, в яких вона стала однією з обов’язкових категорій, за якою оцінюється конкурентоспроможність підприємств та країни в цілому. В Україні ця

категорія відносно нова та молода, що пояснюється як тим, що наша держава сама отримала незалежність тільки у 1991 р., так і тим, що невелика кількість підприємств досягла того рівня, що може дозволити говорити про СВБ. Взагалі, історія розвитку СВБ у світі, у порівнянні з іншими економічними категоріями, відносно невелика й її аналіз дозволить винайти проблеми та шляхи якнайшвидшого поширення її в українській реальності.

Протягом останніх років дослідження питань СВБ стало предметом вивчення багатьох українських науковців, а саме Н. В. Бібік, А. А. Глебової, М. Є. Дейч, А. М. Колота, О. Ф. Новікової, О. В. Панькової, Н. А. Сокол та інших. Серед зарубіжних дослідників, то основоположниками СВБ виступає Е. Карнегі, Р. Оуен.

Але, не дивлячись на великий науковий доробок з цієї проблематики, залишаються питання, які слід дослідити та проаналізувати, особливо з огляду на недостатню розповсюдженість на підприємствах України. Саме аналіз еволюції становлення цього поняття дозволить винайти можливі шляхи для поширення СВБ в нашій державі.

Метою статті є дослідження еволюційного розвитку напрямків соціальної відповідальності бізнесу в світі та в Україні для подальшого обґрунтування шляхів впровадження СВБ в українських реаліях.

Еволюція розвитку СВБ є достатньо багатогранним та складним процесом, що виходить з самої сутності цього поняття. Так, А. М. Колот вважає, що “тисячолітня історія людства являє собою ні що інше, як історію пошуку ліпшої долі та більш справедливого соціально-економічного устрою для абсолютної більшості людей. Слід зазначити, що на рубежі двох тисячоліть, незважаючи на всі труднощі, суперечності, перманентні кризові явища у царині соціально-економічного розвитку загалом і соціально-трудова сфера зокрема також спостерігається певна динаміка. Утім ця динаміка є далеко не тією, на яку очікувало людство ще 10-15 років тому” [1].

Взагалі, зародження концепції соціальної відповідальності бізнесу відноситься до початку ХІХ століття, коли почався рух за захист прав трудящих, що виникло в результаті роздумів морального та економічного порядку з приводу людських витрат промислової революції. Ця ініціатива виходила від промислового середнього класу. Організований робочий рух виник пізніше, коли в ряді країн були усунуті різні перешкоди для реалізації права на свободу об'єднання.

Одним з основоположників даного погляди був англійський промисловець, соціаліст-утопіст Роберт Оуен, який розробив план щодо поліпшення умов життя робітників і намагався його здійснити на одній з прядильних фабрик Шотландії. Оуен не лише намагався реалізувати на практиці свої ідеї, а й пропонував радикальні теоретичні програми перебудови капіталістичного суспільства в цілому. Але якщо його практичні починання зазнали невдачі, то запропоновані ним ідеї та проекти переорієнтації роботодавців на соціальну відповідальність перед трудящими зіграли позитивну роль як в усвідомленні робітниками своїх прав, так і в усвідомленні необхідності державного та міжнародного регулювання соціально-трудова відносин. У 1818 р. в ході конгресу “Священного союзу” в Ексля Шапель, Оуен зажадав вжиття заходів щодо захисту робітників і утворення з цією метою спеціальної комісії. Його ідеї про необхідність державного регламентування соціальної відповідальності підприємця пізніше були підтримані і розвинені французьким промисловцем Даніелем

Леграном. Спільно з рядом видних бізнесменів, політиків і економістів він неодноразово звертався до урядів європейських країн з пропозиціями прийняти міжнародні закони про умови праці на заводах і фабриках, рудниках і шахтах. Були висунуті три доводи на користь прийняття міжнародних трудових норм. Перший з них, гуманітарного плану, указував на необхідність полегшити важку долю працюючих мас. Другий довід, скоріше політичного плану, підкреслював важливість зміцнення соціального миру в промислово розвинених країнах з метою запобігти суспільним потрясінням. Третій довід носив економічний характер: вказувалося на те, що міжнародне регулювання праці допоможе країнам, які захищають трудящих своїм законодавством, уникнути втрат, які тягне подібна соціальна політика.

Ці аргументи були наведені в Преамбулі прийнятого в 1919 р. статуту Міжнародної Організації Праці (МОП), пізніше вони були уточнені в Філадельфійській декларації 1944 р. і зберігають актуальність і в наш час, будучи ідеологічним фундаментом МОП [2].

До наступного історичного етапу осмислення соціальної відповідальності бізнесу можна віднести зародження доктрини капіталістичної благодійності. Це також є актуальним й зараз, так як багато громадян й досі бачать СВБ саме як благодійність. Відповідно до цієї концепції, прибуткові організації повинні жертвувати частину своїх коштів на благо суспільства (фінансувати суспільні потреби). Взагалі, слід відмітити, що деякі вчені вважають, що зародження корпоративної соціальної відповідальності відбулось в США, де, починаючи з XVII століття філантропія була важливою складовою американського суспільства, проте до п'ятдесятих років XX століття ця діяльність проводилась окремими приватними особами, а не компаніями [3]. Так, дана концепція була розглянута Е. Карнегі в роботі "Євангеліє процвітання", опублікованій ще в 1900 р. Тоді ж деякі з представників великого американського бізнесу публічно заявили про обов'язок корпорацій використовувати свої ресурси таким чином, щоб суспільство опинялося у вигоді. Сам Карнегі, наприклад, вклав 350 млн. доларів в соціальні програми і побудував понад 200 публічних бібліотек. Д. Рокфеллер пожертвував 550 млн. доларів і заснував фонд Рокфеллера, а в 1905 році в США зародився рух "Ротарі" (Rotary), суть якого полягає в тому, що матеріально процвітаючі люди повинні (якщо, звичайно, вони дозріли до цього розуміння) вносити свою лепту в поліпшення соціальної ситуації не лише у професійній сфері, але і в ареалі свого проживання [2].

Протягом 60-х–70-х років двадцятого сторіччя корпоративна філантропія була визнана окремою складовою діяльності компаній. Даний період характеризувався наданням благодійних внесків, що були спрямовані на поліпшення загального стану соціального розвитку суспільства. У тому числі пожертви університетам, місцевим лікарням, культурним установам та підтримку інших суспільно корисних справ. Така діяльність сприяла створенню перших корпоративних фондів компанії. Відмінністю даного етапу була безкорисність філантропії, без будь-яких вигод для компанії. За умови отримання прибутку або іншої вигоди компанією, діяльність не вважали за філантропічну, а розглядали як звичайну комерційну діяльність.

З початком 80-х років погляди на філантропію дещо змінились. На цьому етапі відбулися перші спроби поєднати два протилежні суспільні погляди на корпоративну філантропію, зокрема на її зв'язки із загальними цілями компанії. В цей час

філантропічна діяльність компаній починає трактуватися як “освічений егоїзм”.

Ключовими подіями цього періоду стало зменшення впливу влади та передання частини владних повноважень приватному сектору в рамках політики Рональда Рейгана. Вважалося, що зменшення державного фінансування на освіту, культуру та інші соціальні програми буде компенсоване завдяки внескам приватного сектору.

Також, важливу роль в цей період відіграло реформування податкової системи 1986 р., за яким було скорочено максимальні ставки податку як для окремих осіб, так і для корпорацій. Цей закон ввів і додаткові податкові пільги також для тих осіб та корпорацій, які спрямовують частину своїх прибутків на благодійність.

Завершення 80-х років ознаменувалося політикою Джорджа Буша. Його ідеологія також була консервативною, тому він не намагався змінити тенденції ери Рейгана щодо зменшення ролі федерального уряду в соціальних програмах, що призвело до зменшення ролі федерального уряду та зростання впливу приватного сектору.

Як наслідок цих трьох подій, у Сполучених Штатах Америки протягом 90-х років почалася широкомасштабна кампанія, спрямована на збільшення рівня філантропії загалом і корпоративної філантропії зокрема. Крім того не лише в США але і за межами країни в 90-х роках відбулося поживлення розвитку сектору корпоративної філантропії.

Поширення у 90-х роках демократичних урядів і ринкової економіки в усьому світі призвело до жорсткої конкуренції на цих ринках. Щоб отримати конкурентну перевагу, багато компаній були вимушені глобалізувати свою діяльність для того, щоб отримати доступ до природних ресурсів, праці, постачальників і споживачів. Ці зміни призвели не лише до різкого збільшення загального числа підприємств, що діють у глобальному масштабі, але й значно збільшили владу, якою володіють окремі великі транснаціональні корпорації. Глобалізація створила ситуацію, коли підприємство не може більше дозволити собі не звертати уваги на соціальний розвиток на нових ринках. Щоб бути успішними, вони потребують стабільного бізнес-середовища. Таким чином, глобалізація ринкової економіки призвела для глобалізації діяльності компаній у сфері корпоративної філантропії.

Компанії, чий головні офіси розташовані у США, Канаді, країнах Західної Європи, почали активно розвивати програми корпоративної філантропії в країнах Східної Європи, Африки, Азії, Тихоокеанського регіону тощо. Досвід діяльності цих компаній засвідчив, що існує тісна взаємозалежність між економічним зростанням та розвитком людського потенціалу, соціальним захистом, забезпеченням екологічної стійкості, а також стабільним і продуктивним бізнес-середовищем [3].

Зазначимо, що наприкінці ХХ століття бізнесмени, політики, соціум у цілому врешті-решт почали усвідомлювати те, на чому багато десятиліть акцентували увагу вчені, а саме: пріоритет у формуванні загальної політики має належати політиці соціальній, а людина – це не тільки і не стільки фактор виробництва, це – найбільша цінність, мета економічного розвитку [1].

Хоча, на початку 2000 р. було висунуто важливий аргумент на користь нового підходу до корпоративної філантропії. Він свідчив, що у кінцевому підсумку економічні та соціальні цілі компаній не конфліктують, а поєднуються. Багато економічних інвестицій приносять суспільну користь, і багато соціальних інвестицій є вигідними економічно. Замість того, щоб повністю розділяти ці дві вигоди, компанії

мають приділяти головну увагу проектам, які є корисними для них фінансово та одночасно приносять користь у соціальній сфері. І хоча наразі не всі компанії повністю інтегрували корпоративну філантропію до своїх загальних стратегій, більшість із них визнають її стратегічну важливість [3]. Проте парадокс і чи не основна суперечність, яка окреслилася на рубежі тисячоліть, полягає в тому, що тим часом, коли, здавалося б, економіка має, нарешті, працювати в інтересах абсолютної більшості населення, маючи для цього економічні, організаційні, психологічні, соціокультурні передумови, світ, образно кажучи, перевернувся, – інститути суспільства, економіки почали відсторонювати людину на другий план, економічна доцільність дедалі більше почала брати верх над соціальною спрямованістю [1].

На сучасному етапі розвитку СВБ можна спостерігати, що за останні роки інститут корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) пройшов шлях від організаційно-управлінської екзотики глобальних корпорацій до стандартних технологій упровадження цього феномену в практику організацій різноманітних форм власності і господарювання, різних розмірів та видів економічної діяльності, що функціонують у всьому світі. Створення спеціальних підрозділів і координаційних груп з упровадження системи КСВ, уведення в організаційну структуру управління компаніями посади віце-президента з КСВ, упровадження етичних кодексів і корпоративної культури, пронизаної духом соціальної активності та відповідальності, розроблення проектів соціального інвестування, підготовка і публікація соціальних (нефінансових) звітів – далеко не повний перелік управлінських інновацій, що нині широко застосовуються в практиці як бізнес-структур, так і інших організацій. Так, за наявними даними у 2010 р. у світі було опубліковано близько 4000 звітів із соціальної відповідальності компаній, що більш як учетверо перевищує рівень 2000 року.

Слід зазначити, що однією з п'яти базових передумов успішної організації майбутнього, які були сформульовані у ході глобального дослідження, проведеного компанією IBM у 2008 р., визнана соціальна відповідальність [4].

Не залишились осторонь цього загальносвітового тренду й українські компанії. У найбільш успішних з них розвиток КСВ у цілому узгоджується зі світовою тенденцією поступової інтеграції принципів соціальної відповідальності в корпоративну політику, стратегію зростання соціальних інвестицій, що відповідає інтересам як організацій, так і суб'єктів зовнішнього середовища.

Маємо констатувати, що в останні роки сформувався чіткий, усвідомлений запит з боку бізнесу на вивчення проблематики соціальної відповідальності. Провідні світові компанії активно підтримують проведення багатопланових досліджень у царині соціальної відповідальності, ініціюють обговорення проблематики КСВ на рівні найавторитетніших ділових урядових та міжурядових форумів за участі представників бізнесу, науковців, урядовців, представників інститутів громадянського суспільства [4].

Актуальність дослідження соціальної відповідальності бізнесу в Україні посилюється у зв'язку з тим, що вітчизняне господарське середовище не пройшло у своєму розвитку необхідних етапів, які у західному суспільстві призвели до усвідомлення важливості філософії соціальної відповідальності. Підприємства зазнають впливу зовнішнього середовища і мають відповідно реагувати на його запити, зокрема щодо соціальної орієнтації. Зростає увага потенційних інвесторів до

інформації про конкурентоспроможність компанії, її зовнішній імідж, відповідність міжнародним стандартам якості та етики ділових відносин. Проте неефективність більшості системоутворюючих інститутів вітчизняного ринкового середовища актуалізує потребу у формуванні національної моделі соціальної відповідальності в межах тріадної системи “бізнес – влада – суспільство”. Задоволення цієї потреби відбувається на тлі несприятливого суспільного середовища – в умовах дефіциту людських цінностей, раціональної трудової етики та соціальної відповідальності, кризи корпоративної ідентичності та самовіддачі, що стримує формування відносин довіри між основними суб'єктами життєдіяльності, роботодавцями, працівниками, партнерами по бізнесу. Дефіцит довіри населення до ринкових інститутів виробництва, споживання та розподілу товарів і послуг виступає гальмом соціальних та економічних перетворень українського суспільства, не формує міцне підґрунтя для взаємовідповідальної рівноправної взаємодії між бізнесом, владою, суспільством [5].

Інституційне середовище як складна єдність формальних і неформальних інститутів відіграє також ключову роль у процесі формування та розвитку СВБ в Україні.

У зв'язку з тим, що соціальна відповідальність бізнесу є сьогодні загально визнаним правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих підприємств різних країн світу, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади та провідних міжнародних організацій. Проявом цієї уваги є розроблення стандартів СВБ і заходів зі стимулювання організацій до соціально відповідальної діяльності. Як свідчать дослідження вітчизняних експертів у сфері корпоративної соціальної відповідальності, у більшості країн ЄС у різній формі розроблені та функціонують державні програми її підтримки і стимулювання. Такі інституційні заходи спрямовують бізнес на дотримання певних правил поведінки, заохочують державні та приватні організації до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулюють бізнес до соціально відповідальної діяльності.

На жаль, формування інституційної підтримки СВБ в Україні перебуває в стадії становлення. Автоматичне впровадження концепції соціальної відповідальності неможливе, тому, що надмірна “зарегульованість” економіки з боку держави у вигляді високих податків і соціальних трансфертів здатна привести до зниження мотивації до праці і інвестиційної активності, можливе переміщення виробничої діяльності з легальної області в нелегальну. Відсутність продуманої соціальної політики, підтримки з боку держави певних секторів економіки, пріоритетних галузей і видів діяльності може позбавити стимулів до роботи у самих незахищених економічних агентів і спонукати їх до недотримання формальних правил гри або до організованої їх зміни з використанням лобістських груп спеціальних інтересів, що призводить до загальної макроекономічної нестабільності та негативно відбивається на ефективній економічній діяльності країни [6].

Значна обмеженість застосування стратегій і принципів СВБ на вітчизняних підприємствах пов'язана із загальними проблемами стану соціально-трудових відносин, що гальмують їх розвиток: масові порушення з боку роботодавців міжнародних прав людини та трудових стандартів; недотримання законодавчо встановлених соціально-трудових прав і гарантій працівників, економія витрат на

охорону праці; низький рівень заробітної плати, приховування заробітної плати, тривала заборгованість із виплати заробітної плати; значне забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів; невисока якість продукції, приховування небажаної інформації, недобросовісна реклама [5].

Для формування діючої системи СВБ на підприємствах України слід зазначити, що основними характеристиками соціальної відповідальності бізнесу є добровільність; інтегрованість у бізнес-стратегію підприємства, системність; користь для всіх зацікавлених сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, товариств, тощо, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку. Як уже було зауважено, то СВБ багатьма сприймається лише як акт благодійності, але в дійсності соціальна відповідальність бізнесу містить в собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності:

- організаційне управління;
- права людини;
- трудові відносини;
- етична операційна діяльність;
- захист навколишнього середовища;
- захист прав споживачів;
- розвиток місцевих громад та співпраця з ними [7].

Національна стратегія визначила наступні напрямки СВБ в Україні: в сфері охорони довкілля; в сфері забезпечення внеску в розвиток суспільства; в сфері корпоративних і трудових відносин [8].

Визначальними ознаками такої діяльності прийнято вважати: спрямованість на вирівнювання наявних соціально-економічних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу у довгостроковому періоді; добровільність. Дійсно, тільки керуючись власним бажанням і морально-етичними принципами, прийнятими в організації, її керівництво обирає шлях побудови соціально відповідального бізнесу. Іншою важливою ознакою СВБ є її правовий характер і спрямованість на досягнення ділової досконалості та якості в організації виробництва, що регулюються переважно міжнародними стандартами серії ISO 9000 [6].

Висновки. Після розгляду теоретичного матеріалу щодо розвитку напрямків соціальної відповідальності бізнесу можна зробити висновки щодо СВБ в Україні та світі. Як вже було зауважено, то СВБ є відносно молодого економічною категорією, яка, проте, зайняла вагоме місце в розвитку компаній розвинутих держав. Вона стала обов'язковою при визначенні конкурентоспроможності компаній за світовими рейтингами. Зароджувалася СВБ як категорія регулювання соціально-трудова відносин та отримала розвиток у вигляді благодійності спочатку американських багатіїв, а згодом й американських корпорацій. Але зараз кількість форм її прояву більш численна: це й захист навколишнього середовища, й впровадження новітніх засобів виробництва та управління, й всебічний соціальний захист працівника тощо. В Україні соціальна відповідальність розповсюджена не широко, а лише на деяких найбільш розвинутих українських підприємствах чи представництвах ТНК. Цьому є декілька пояснень: недосконалість правової бази, необізнаність підприємців щодо переваг, складне політичне та економічне середовище, в якому опинилися українські

бізнесмени й, як наслідок цього, сконцентрованість на економічних проблемах ніж на соціальних. Саме вивчення досвіду розвинених держав може стати при нагоді при формуванні загальнодержавної політики стимулювання соціальної відповідальності бізнесу. Так, приклад податкової реформи США є корисним, коли уряд держави знизив податковий тягар для корпорацій, які відраховують гроші на благодійність. Також важливим є вивчення досвіду поступового дистанціювання уряду від СВБ та збільшення ролі саме підприємців в цьому. Використання цих елементів та інших рекомендацій дозволить підвищити рівень соціальної відповідальності бізнесу України.

Використані джерела:

1. Колот А. М. Асиметрії розвитку соціально-трудова сфери: зарубіжний досвід і вітчизняні реалії / А. М. Колот // Україна: аспекти праці. – 2011. – № 8. – С. 3-11.
2. Исследование “Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада”. Комитет по укреплению социальной ответственности и бизнеса. – Москва, 2004. – 96 с.
3. Бібік Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / Н. В. Бібік // Вісник Нац. техн. ун-ту “ХПІ” : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ “ХПІ”. – 2012. – № 14. – С. 9-16.
4. Колот А. М. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів / А. М. Колот // Україна аспекти праці. – 2013. – № 8. – С. 3-17.
5. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова та ін. ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
6. Сокол Н. А. Вплив інституційних чинників на процес формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Н. А. Сокол // Бізнес Інформ. – 2014. – № 5. – С. 238-242.
7. Глебова А. А. Социальная ответственность бизнеса Украины на современном этапе формирования рыночных условий / А. А. Глебова // “Экономика и управление: теория и практика”: материалы международной заочной научно-практической конференции. (20 сентября 2012 г.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/3898-2012-09-28-06-31-52>. – Название с экрана.
8. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf. – Назва з екрану.

Делини М. Н. Развитие направлений социальной ответственности бизнеса в мире и в Украине: эволюционный аспект.

В статье рассматривается эволюционное развитие категории “социальная ответственность бизнеса” и направлений ее использования в мире и в Украине, а именно: зарождение этого понятия, распространения в предпринимательских структурах, направления, в которых она может быть использована и закрепления ее как нормы функционирования любого предприятия. Исследована проблема создания социально ответственного предпринимательства в Украине.

Ключевые слова: *социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, социально-трудовые отношения, благотворительность.*

Dielini M. N. Development of the directions of social responsible business in the world and Ukraine: evolutionary aspects.

The article discusses the evolutionary development of the category “social responsibility” and the directions of its use in the world and in Ukraine, namely the emergence of this concept, the spread in the business structure, areas in which it can be used and fix it as the norm operation of any enterprise. The problem of creating a socially responsible business in Ukraine.

Keywords: *corporate social responsibility, social and labor relations, charity.*