



УДК 631.152:005.35](045)

Ярова В.В.,

канд. екон. наук, докторант кафедри статистики та економічного аналізу
Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва

Категорія «соціальна відповідальність»: теоретичні джерела, еволюція підходів до визначення, практика розвитку

У статті розглянуті теоретичні і методичні підходи до визначення категорії «соціальна відповідальність». Вітчизняних досліджень взаємозв'язку політики соціальної відповідальності і ефективності аграрних підприємств недостатньо. Автором систематизовано досягнуте різноманіття концепцій соціальної відповідальності. У статті обґрунтована роль соціальної відповідальності для подолання системної кризи аграрного виробництва. Автором доведено, що соціальна відповідальність роботодавців має стати базовою характеристикою успішного ведення господарства. У статті проведено системний аналіз вітчизняних і зарубіжних джерел з питань економічних і соціальних проблем суспільства, матеріал адаптовано до українського аграрного бізнесу, виявлено особливості становлення соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, теоретико-методологічні підходи, теоретичні джерела, еволюція підходів до визначення, системний аналіз, економічні і соціальні проблеми суспільства

Сьогодні більшість сільськогосподарських підприємств проводять активну соціальну політику, механізми реалізації якої регламентовані колективними договорами, угодами, положеннями про діяльність структурних підрозділів. Проте, вчені констатують, що соціально орієнтована діяльність господарств, інтеграція її у стратегію підприємства ще має несистемний, фрагментарний характер. З точки зору діяльності аграрних підприємств зростає усвідомлення інтеграції соціально відповідальної діяльності у стратегію підприємства, утвердження її як об'єкта управління, оскільки саме соціальна відповідальність може стати ідеологією господарювання, яка допоможе знайти вихід із затяжної кризи, досягти стійкого соціально-економічного розвитку.

Стійкий розвиток передбачає забезпеченість збалансованого вирішення економічних, соціальних і екологічних проблем на підставі соціально відповідального ставлення до своєї діяльності, всього суспільства і, перш за все, створених ним організацій.

У 1999 р. на Всесвітньому економічному форумі у Давосі Кофі Аннаном вперше було офіційно використане поняття «корпоративна соціальна відповідальність» (далі – КСВ) [10]. У подальшому 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 відповідно до десяти принципів, прийнятих з ініціативи ООН. Початком сприяння вирішенню 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 з розробки Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [12].

Дискусія про феномен соціальної відповідальності точиться у світовій літературі,



починаючи з 50-х років. За цей період вийшла значна кількість монографій і наукових статей багатьох вітчизняних та іноземних учених, проведених наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. Серед них Н.А. Балтачєєва, Л.Б.Баранник, Ю.М. Благов, Х. Боуен, Н.Ю. Брюховецька, І.П. Булеєв, Ш.М.Валітов, Д.В.Вєрба, О.А. Грішнова, К. Девіс, П.Я. Калита, А.М. Колот, К.Г. Корнильєв, Е.М. Лібанова, А. Меір, Г.Ю. Потапчук, М. Фридман, Г.Ф. Хоружий, О.В. Черних, Т.В. Чубарова та ін. Віддаючи належне дослідженням цієї проблеми, слід зазначити, що залишаються недостатньо розробленими теоретико-методологічні питання і практичні рекомендації по формуванню і регулюванню соціальної відповідальності аграрного бізнесу.

Мета цієї статті є опрацювання теоретичних основ розуміння сутності соціальної відповідальності бізнесу, систематизація досягнутого різноманіття концепцій соціальної відповідальності, обґрунтування її ролі для подолання системної кризи аграрного виробництва, оцінка стану і специфіки прояву соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств.

Згідно із глобального дослідження «Підприємство майбутнього» проведеного компанією IBM (2008 р.), спеціалістами було сформульовані п'ять базових, серед яких соціальна відповідальність, а не просто благодійність (рис. 1).

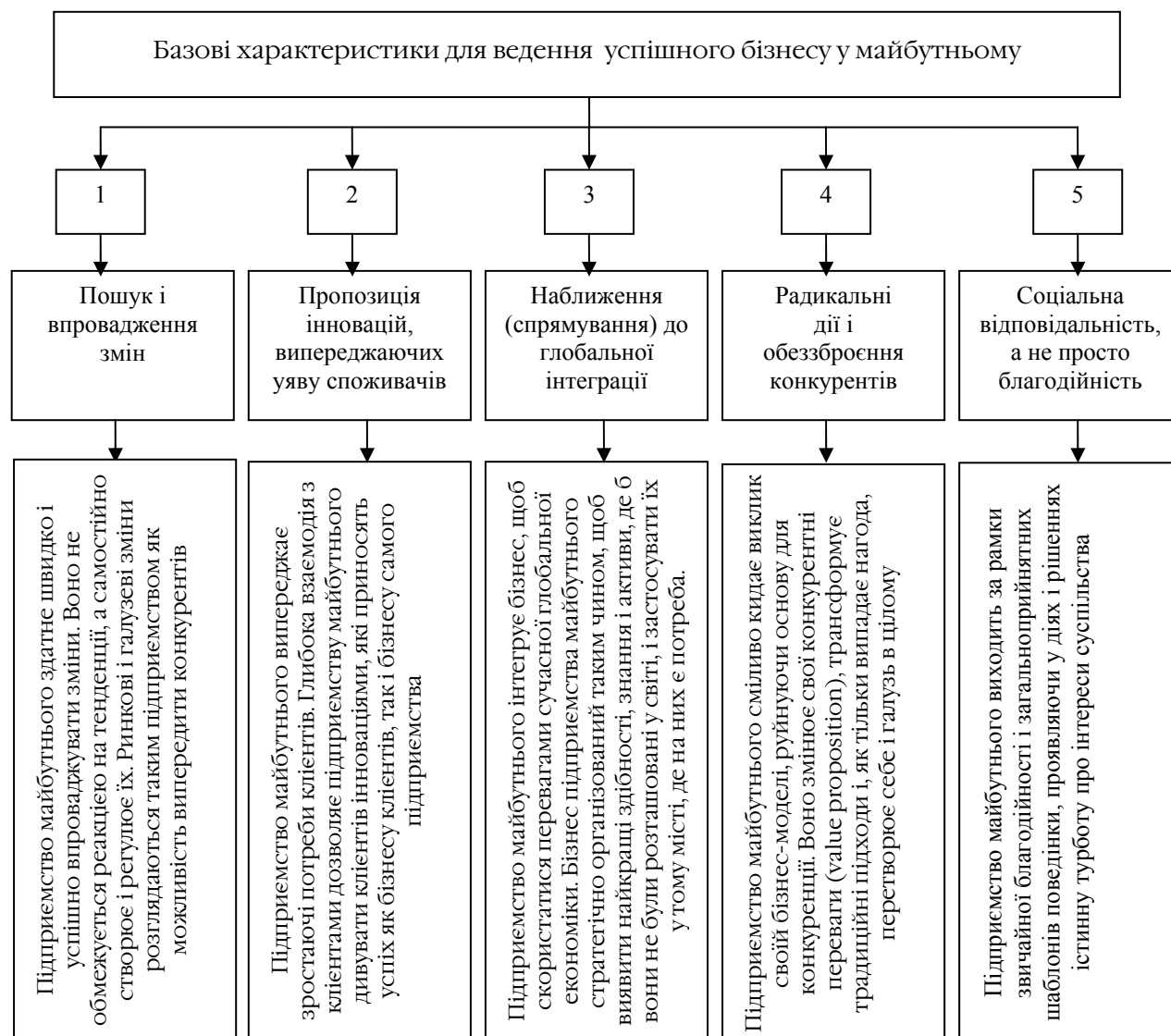


Рис. 1. Базові характеристики успішного розвитку компаній, галузей і глобального ринку у середньостроковій перспективі
Джерело: Розроблено автором з використанням джерел [9].



В історично короткий строк дослідниками було розроблено різноманітні концепції, що асоціюються із соціальною відповідальністю. Досліджуючи праці 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 характерні не суперечності, а взаємодоповнюваність одна одній.

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) [17]. В ній автор розкриває зміст поняття «соціальна відповідальність», доводить, як концепція соціальної відповідальності може бути поширена на бізнес, наскільки бізнесу є вигідною участь у соціальних програмах, які економічні та соціальні вигоди від цього отримує суспільство, відображено можливості подальшого детального вивчення соціальної відповідальності. «Соціальна відповідальність бізнесмена полягає у реалізації тієї політики, прийнятті таких рішень або дотриманні такої лінії поведінки, які були б бажаними для цілей і цінностей суспільства» [17].

Суттєвий внесок у розвиток концепції КСВ внесли наукові доробки К.Девіса, якого можна розглядати як «другого кандидата на звання батька КСВ». 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, напрями діяльності і специфічні інтереси [3, с. 27].

В економічній літературі немає єдності у підходах до визначення соціальної відповідальності (табл. 1).

Таблиця 1.

Основні підходи вітчизняних вчених до визначення змісту поняття «соціальна відповідальність»

<i>Автор</i>	<i>Версія автора</i>
А.М. Колот [14, с.20]	Соціальна відповідальність людини – це наявність у структурі її особистісного потенціалу таких цінностей як совість, довіра, толерантність, чесність, співучасть, обов'язковість, співчуття, почуття справедливості, правдивість, любов до ближнього, доброта та виявлення їх у соціально відповідальній поведінці
О.А. Грішнова [14, с. 55]	Корпоративна соціальна відповідальність – це система економічних, соціальних, екологічних заходів, а також етичних норм і цінностей компанії, які реалізуються на основі постійної взаємодії з заінтересованими сторонами (стейкхолдерами) і спрямовані на зменшення нефінансових ризиків, довгострокове поліпшення іміджу і ділової репутації компанії, а також на зростання капіталізації, набуття конкурентних переваг та стратегічної стійкості бізнес-структури
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
П.Я. Калита [8]	КСВ у розширеному її розумінні можна представити у вигляді піраміди. Кожна компанія зобов'язана виконувати вимоги, пов'язані із безпекою споживачів, співробітників, навколишнього середовища... Оскільки в бізнесі компанії створюються для виробництва товарів, послуг з метою задоволення споживачів, вона має постійно забезпечувати їх якість у відповідності з діючими нормами та своїми зобов'язаннями. Кожна компанія повинна дотримуватися норм і правил соціального забезпечення, соціального захисту



	і сплачувати податки. І тільки на цій підставі правомірно казати про перевищення норм і правил із безпеки, якості, соціального захисту, про здійснення благодійних акцій
Н.А. Балгачеева [1, с. 10]	Соціальна відповідальність перед персоналом реалізується через соціальну і кадрову політику підприємства, які нерозривно пов'язані, оскільки спрямовані на працівника і його трудовий потенціал
Л.Б. Баранник [2, с.15]	Соціальна відповідальність бізнесу – це не правило, а етичний принцип, яким керуються під час прийняття рішень. «Обов'язковість» тут є внутрішньою і ґрунтується на моральних принципах і цінностях, що набуваються у процесі соціалізації
Г.Ю. Потапчук [13, с. 100]	Соціальна відповідальність держави як суб'єкта підприємництва полягає насамперед у відкритості державного сектора для громадянського контролю, щоб зробило неможливими зловживання, розкрадання державного майна та безкарність осіб, які відповідають за стратегічне та оперативне функціонування підприємств
Д.В. Верба [6, с. 40]	Необхідною і достатньою умовою та ознакою соціальної відповідальності роботодавця слід вважати свідоме і невимушене обмеження реалізації власних інтересів на користь інтересів суспільства чи контрагентів економічних відносин – зокрема, найманих працівників. Трансформація цілей діяльності, а не способів їх досягнення, має бути покладена в основу ідентифікації соціально відповідальної діяльності роботодавця, щоб зафіксувати в цьому терміні справді якісні зміни у відносинах «роботодавець – найманий працівник»

Складено автором з використанням джерел [1, 2, 4, 6, 7, 8, 13, 14].

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

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. «Головний обов'язок менеджерів – виконання бажань власників підприємства, тобто акціонерів. Бажання акціонерів зводяться, головним чином, до одного – щоб підприємство приносило найбільш високий дохід. Якщо менеджери вважають, що несуть відповідальність перед суспільством і зобов'язані йому допомагати, вони вільні робити це у приватному порядку на кошти, які вони самі заробляють» [19].

2. Теорія кооперативного альтруїзму – базується на тому, що корпорації мають робити 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.

У складній структурі соціальної відповідальності виділяють макроекономічний рівень (соціальна відповідальність держави), мікроекономічний рівень (КСВ або соціальна відповідальність бізнесу) і особистісний рівень (соціальна відповідальність людини, громадянина) [7].

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 роки); «розвиток і експансія» (1972–1979 рр.); «інституціоналізація» (1980-ті роки) і «зрілість» (1988–1996 рр.). Іншу систематизацію запропонував професор менеджменту з Університету Джорджії А. Керолл. Так, 50-ті роки були визначено ним як «початок еволюції терміна КСО»; 60-ті – як період «змістовного поглиблення дефініцій КСО»; 70-ті – як «посилення різноманітності дефініцій КСО»; 1980-ті – період «зменшення числа дефініцій, ростом досліджень і появою альтернативних тем»; 1990-ті – продемонстрували збереження ключової ролі самого терміна КСВ «...при його поступовій трансформації або заміщенні в альтернативних тематичних рамках» [18].

Ю.Є. Благоев, аналізуючи еволюцію концепції соціальної відповідальності, зазначає, що основними особливостями цієї еволюції є різноманітність релевантних категорій і тематичних рамок. На етапі становлення концепції КСВ (середина 50-х – початок 90-х років) йшов послідовний розвиток концепції КСВ, корпоративної соціальної сприйнятливості



вості і корпоративної соціальної діяльності (КСД)... Розвиток концепції КСВ на власній основі (з початку 90-х років – дотепер) охопило альтернативні теми (концепція зацікавлених сторін, корпоративного громадянства і корпоративної стійкості), поява яких не означала припинення використання терміна КСВ [3, с.216].

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 зробленню внеску в економічний розвиток, у цей самий час поліпшуюча якість життя працівників і їх сімей, а також місцевих громад і суспільства в цілому» [16].

Доктор у галузі 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 у межах роботи компанії [11].

Необхідність посилення соціальної відповідальності аграрних підприємств зумовлена об'єктивними причинами, серед яких загострення соціально-трудоких відносин, подальша соціальна поляризація і дестабілізація, негативний вплив бізнесу на довкілля. Досліджуючи тенденції розвитку аграрного сектора, В.В. Юрчишин вказує, 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 сектора. Майбутні тенденції мають пов'язуватися із розбудовою соціоекономічної моделі суспільного устрою [15].

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 немає чіткого уявлення, що таке соціальна відповідальність бізнесу і як вона впливає на конкурентоспроможність. 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.

Серед сільськогосподарських підприємств, які підтримують соціальну політику, можна виділити два типи. До першого типу відносяться господарства, які знаходяться в скрутному фінансово-економічному стані, «на межі виживання». 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. Наслідком несистемної соціальної політики є те, що соціальні заходи не досягають бажаного результату, працівники не прагнуть підтримувати з таким господарством тривалі відносини.

Другий тип – це підприємства, що мають можливості провадити активну соціальну політику не тільки у вигляді 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, виступає фактором економічного зростання, надає працівнику можливість для його розвитку і самореалізації.

У дослідженнях Д.В. Верби зазначено, що поширені у вітчизняній літературі спроби оцінювати соціальну відповідальність роботодавця за достатністю заробітної плати для нормального відтворення працездатності суттєво знижують обґрунтованість такої оцінки, обмежують вимоги до соціально відповідальної політики оплати праці дотриманням лише мінімально необхідних соціальних стандартів, не враховуючи власне пропорцій розподілу доходів між роботодавцем і найманим працівником. Вчений пропонує вважати ознакою



соціально відповідальної діяльності роботодавця щодо створення робочих місць, забезпечення працівнику такої доходності праці в статусі найманого працівника, що перевищує доходність діяльності у статусі самостійного ринкового агента [6].

Інвестиції у людський капітал є основним напрямом внутрішньої соціально спрямованої діяльності аграрних підприємств. Вони передбачають: охорону (безпеку) праці; гідну оплату праці, який забезпечує належний життєвий рівень 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 кваліфікації працівників; соціально відповідальна реструктуризація 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 мають бажання 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 висококваліфікованих працівників.

Розвиток соціально спрямованого аграрного бізнесу пов'язаний з інтеграцією принципів КСВ на стратегію управління підприємством, з переходом до ідеології соціальних інвестицій.

Аналіз існуючих концепцій і підходів до вирішення питань соціальної відповідальності дозволяє дійти таких висновків. Існуюче різноманіття сучасних визначень соціальної відповідальності підкреслюють окремі аспекти досліджуваного явища, проте спільним для всіх є добровільний характер відповідної діяльності і включення до проблематики КСВ захисту навколишнього середовища.

Соціальна відповідальність підприємства – складна багаторівнева категорія. Вона включає в себе безпосередньо «відповідальність», «соціальну» відповідальність як її специфічний тип і соціальну відповідальність «підприємства» як ту соціальну відповідальність, суб'єктом якої є підприємство. Базовим ступенем соціальної відповідальності аграрних підприємств є додержання ними правил, встановлених національним законодавством. Основними складовими розширеного ступеня соціальної відповідальності аграрних підприємств є: відповідальність підприємства щодо використання та розвитку працівників; природоохоронна діяльність і ресурсозбереження; відповідальна політика за якість продукції і наданих послуг відносно споживачів; відповідальність підприємства у взаємовідносинах з партнерами та інвесторами; сумлінна сплата податків та внесків на соціальне страхування; менеджмент відповідальної взаємодії із державою.

Література:

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/II [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/II [45]. – С.14-16.
3. Благоев Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благоев; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с.
4. Булеев И.П. Социальная ответственность бизнеса: теория и практика: моногр. / 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. финан.-экон. ин-т. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. – 207 с.
6. Верба Д.В. Теоретичні дослідження соціальної відповідальності роботодавця / Д.В.Верба // Україна: аспекти праці. – 2013. – №2. – С. 33-40.



7. Грiшнова О.А. Соцiальна вiдповiдальнiсть у контекстi подолання системної кризи в Украiнi / О.А. Грiшнова // Демографiя та соцiальна економiка. – 2011. №1(15) – С. 39-46.
8. Калита П.Я. Пять трактатов о восхождении к лучшей жизни или Как достичь устойчивого развития государства посредством системного совершенствования организации / П.Я. Калита // – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stn.by/mags.php?id=43>.
9. Корнильев К.Г. Предприятие будущего: результаты глобального исследования компании IBM / К.Г. Корнильев // Российский журнал менеджмента. – 2009. – Т. 7. – №1. – С.149–178.
10. Литвинов В. С миру по нитке: как мировые знания КСО приживаются в Украине / В. Литвинов // Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://kontrakty.ua/business/csr/13371-s-miru-po-nitke-kak-mirovye-znaniya-kso-prizhivayutsya-v-ukraine>.
11. Меир А. Бизнесмены и общество: корпоративная филантропия / Ашер. Меир // Материал сайта международной еврейской религиозной организации Эш а-Тора. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.evrey.com/sitep/ethics/arkhiv.php3?menu=267>.
12. О плане мер по реализации в 2013 году Стратегии государственной политики содействия развитию гражданского общества в Украине: Указ Президента Украины № 342/2013. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prezident.gov.ua/ru/documents/15829.html>.
13. 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.
14. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грiшнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М.Колота. – К: КНЕУ, 2012. – 501 с.
15. Український аграрний сектор: тенденції та альтернативи розвитку // Економіка України. – 2012. – №4. – С. 89.
16. Чубарова Т.В. Социальная ответственность в рыночной экономике: работник, бизнес, государство. – СПб.: Нестор-История, 2011. – 320 с.
17. Bowen Howard R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – N.Y.: Harper & Row, 1953. – 298 p.
18. Carroll A.B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review* 4(4): 497-505.
19. Fridman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profits // *New York Times Magazine*. – September, 13.1970. – P.122-126.

Ярoвая В.В., канд. экон. наук, доцент кафедры статистики и экономического анализа Харьковского национального аграрного университета им. В.В. Докучаева

Категория «социальная ответственность»: теоретические источники, эволюция подходов к определению, практика развития. В статье рассмотрены теоретические и методические подходы к определению категории «социальная ответственность». Отечественных исследований вопросов взаимосвязи политики социальной ответственности и эффективности аграрных предприятий недостаточно. Автором систематизировано достигнутое разнообразие концепций социальной ответственности. В статье обоснована роль социальной ответственности для преодоления системного кризиса аграрного производства. Автором доказано, что социальная ответственность работодателей должна стать для аграрных предприятий базовой характеристикой успешного ведения хозяйства. 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.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, теоретико-методологические подходы, теоретические источники, эволюция подходов к определению, системный анализ, экономические и социальные проблемы общества.

Yarovaya V.V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Statistics and Economic Analysis Department of Kharkov National Agrarian University named after V.V. Dokuchaeva

Category «social responsibility»: theoretical sources, evolution of approaches to the determination, development of practice. Theoretical and methodological approaches to the determination of category “social responsibility” are considered in the article. Insufficiency of domestic studies of the questions of the relationship between social responsibility policy and agricultural enterprises is proved. The diversity of social responsibility concepts is systematically reached by the author. The role of social responsibility for overcoming the systemic crisis of agricultural production is explained in the article. The author has shown that the social responsibility of employers should be a basic characteristic of successful farming for agricultural enterprises. The systematic analysis of domestic and foreign sources on the economic and social problems is given in the article. The research is adapted to the Ukrainian agricultural business. The peculiarities of formation of social responsibility of the agricultural enterprises are defined.

Key words: corporate social responsibility, theoretical and methodological approaches, theoretical sources, approaches of evolution to determination, system analysis, economic and social problems of the society.