

РОЛЬ ТА ПРИНЦИПИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ЮР Іван¹, СИТНИК Йосиф²

¹Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0009-0002-9064-9585>

ivan.b.yur@lpnu.ua

²Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0001-8718-5738>

yosyf.s.sytnyk@lpnu.ua

У статті розглядається генезис формування поняття відповідальності та розвитку концепції соціальної відповідальності в системах управління суб'єктів господарювання. Соціальна відповідальність належить до ключових складових стратегії сучасних підприємств. Соціальна відповідальність підприємництва накладає зобов'язання власникам та менеджменту підприємства щодо врахування й захисту інтересів усіх зацікавлених сторін у середовищі діяльності підприємства. Вивчення явища впливу соціальної відповідальності та численні дослідження у цій царині вказують на потребу структуризації теоретичних підходів і знань у цій сфері, а також вивчення практик впровадження соціальної відповідальності в умовах сьогодення. Дослідження концепту соціальної відповідальності на основі цієї статті вказує на те, що менеджмент підприємств повинен змінювати підходи до традиційного управління суб'єктами господарювання та впроваджуючи її у свої стратегічні плани. Автори статті вважають, що зростання потреби в соціальній відповідальності залежить від впливу знаннєвого та інформаційного потоку в суспільстві. У статті узагальнено наукові підходи стосовно розвитку соціальної відповідальності. Проаналізовано та систематизовано розроблену різними науковцями концептуальну модель аналізування практик соціальної відповідальності. У статті розглянуто та розкрито змістовне наповнення основних принципів соціальної відповідальності. Запропоновано доповнити вже відомі види соціальної відповідальності в системах управління підприємств та сфері підприємництва загалом, новими категоріями: національно-державницька та культурно-духовна. Автори стверджують, що розвиток соціальної відповідальності в системі управління підприємств – це складний процес, де ефективна стратегія відповідальності може інтегрувати різні принципи та категорії залежно від розмірів та видів економічної діяльності підприємств.

Ключові слова: соціальна відповідальність, підприємництво, підприємство, модель, принцип, категорія.

<https://doi.org/10.31891/mdes/2024-11-1>

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Соціальна відповідальність є важливою тенденцією розвитку сучасного підприємницького середовища, ознакою репутаційного капіталу підприємств, особливо в умовах економічних трансформацій та воєнного стану в Україні. Висвітлення цієї теми дає змогу зрозуміти, які зобов'язання і на яких принципах беруть власники та менеджмент підприємств щодо захисту інтересів персоналу та суспільства. Помітним моментом дослідження є аналізування наукових підходів стосовно вибору моделі соціальної відповідальності для українських підприємств в умовах невизначеності та інвестиційних ризиків.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематику формування теоретичних та практичних засад розвитку соціальної відповідальності в системі управління підприємств та соціально-трудових відносин висвітлено в наукових працях низки українських і закордонних дослідників. Зокрема, серед останніх публікацій, у монографії О. Безрукова досліджувала відповідальність в сучасному світі: моральні та соціальні підстави соціологічної інтерпретації. Автори К. Комарова і Н. Ковальчук розглядали соціальну відповідальність як складову стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. М. Грицаєнко обґрунтовував формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. Науковці Я. Пушак і В. Лагодієнко сфокусували свою увагу на соціальній відповідальності підприємств як основі інноваційного розвитку сучасної економіки. Ю.С. Соціологічний контекст практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні досліджено в науковій праці Ю. Горбова. У статті О. Кузьміна, Н. Станасюк і О. Уголькової розкрито поняття, типологію та чинники формування соціальної відповідальності бізнесу. У публікаціях Кайла О'Ніла та Тім Стобірський наведено цікаві факти й статистичні дані про корпоративну соціальну відповідальність в сучасному підприємстві.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження генезису та ролі концепції соціальної відповідальності в системі управління підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Соціальна відповідальність в умовах сьогодення є життєво необхідною та популярною складовою розвитку підприємницького середовища. Прояви соціальної відповідальності знаходимо у концепціях та практиках організаційного розвитку підприємств, поведінці індивідів, фахових середовищ та різних соціальних груп. Соціальна відповідальність є, зазвичай, добровільною діяльністю підприємств та організацій у різних секторах економіки та форм власності. Розуміння змістовного наповнення соціальної відповідальності та інтегрування її в системи управління суб'єктів господарювання залежить, найперше, від світоглядних цінностей власників та управлінців підприємств, а також рівня їхньої відповідальності за найнятий персонал та суспільні інтереси.

Генезис формування поняття відповідальності та розвитку концепції соціальної відповідальності трансформувався з огляду на вплив різних світоглядних, соціальних, політичних, національно-культурних та економічних чинників. У розумінні Платона відповідальність є умінням усвідомлювати наслідки особистих вчинків. У філософії Арістотеля, відповідальність це – еквівалент волі та свободи вибору індивіда. Водночас Т. Гоббс наголошував на двосторонній відповідальності / взаємозалежності між державою та суспільством. У працях Дж. Локка фокусується увага на тому, що відповідальність – це стан, коли людина не завдає шкоди суспільству. Дослідник М. Вебер зіставляв відповідальність із внутрішнім станом людського сумління. Соціально-етичну складову здійснення підприємницької діяльності досліджував Ф. Котлер у межах концепції соціальної відповідальності.

На думку дослідників [4], «соціальна відповідальність відіграє в суспільстві регулятивну функцію, оскільки забезпечує таку поведінку членів суспільства, яка відповідає соціальним нормам, традиціям, звичаям, що діють у суспільстві».

Автори В. Андрющенко, В. Бакіров, М. Бойченко зазначають, що «соціальна відповідальність є засобом підтримання цілісності суспільства, суспільної злагоди, соціальної справедливості, удосконалення суспільних відносин», тому «міра соціальної відповідальності зростає відповідно до розвитку демократії, культури суспільства та можливості їх самореалізації, активності у вирішенні суспільних проблем» [14, с. 141-142].

Водночас О. Безрукова трактує відповідальність як «властивість особистості та суспільства», а також зазначає, що «необхідно розрізняти соціальну відповідальність та відповідальність соціуму», адже відмінність цих понять проявляється через те, що «суб'єктом соціальної відповідальності виступає організація, а предметом – соціальні потреби (проблеми соціуму). Відповідальність соціуму побудована навпаки – суб'єктом відповідальності є соціум, котрий несе відповідальність за людину» [1, с. 294].

Отже, соціальна відповідальність є інтегрованим поняттям, адже охоплює в широкому розумінні морально-духовну, соціокультурну, політичну, правову, етичну та корпоративну відповідальності.

Практичний досвід багатьох українських підприємств, які впровадили концепції соціальної відповідальності свідчить, що вона спонукає менеджмент підприємств змінювати підходи до традиційного управління суб'єктами господарювання. Концепт соціальної відповідальності, зокрема:

- ✚ спонукає підприємства відмовитися від вертикальної ієрархічної структури та впорядковувати горизонтальні зв'язки, де кожен працівник, керуючись соціальним інтересом, може вдосконалювати свою працю та сприяти спільному контролю за розвитком підприємства;

- ✚ нівелює організаційну неструктурованість та невідповідність, адже постійно здійснюється самовдосконалення персоналу, відбувається ротація керівного складу та ототожнення цінностей підприємства з цінностями найманих працівників та середовища його господарської діяльності, яке вимагає гнучкого та оперативного реагування на зміни;

- ✚ налаштовує управлінський апарат підприємства до застосування як довготермінових стратегій, так і короткотермінових тактичних дій щодо впровадження місії підприємства.

Сучасний суспільний і соціально-економічний розвиток суттєво залежить від впливу знанневого та інформаційного потоку. Розширення інформаційного простору впливає на економічний розвиток підприємства та концепції соціальної відповідальності, які є ключовими складовими розвитку суспільства. Відтак на думку П. Друкера, «кожне підприємство, крім отримання прибутку, повинно визначити свою міру соціальної відповідальності перед суспільством» [15].

Аналізування наукових підходів стосовно дослідження соціальної відповідальності дає змогу узагальнити основні із них, табл. 1.

Таблиця 1

Узагальнення наукових підходів розвитку соціальної відповідальності

Науковий підхід	Автори
Соціальна відповідальність повинна формуватись на довірі між різними суб'єктами соціальної взаємодії	А. Селігмен, Е. Гідденс
Соціальна відповідальність становить базову основу розвитку соціального капіталу підприємства, використання якого сприяє його суттєвому розвитку	П. Бурд'є, Дж. Коулмен
На ефективне формування соціального капіталу впливає такий елемент соціальної відповідальності, як етика. Вона складається з віри в групу, віри в приналежність до групи та у наукове мислення, як спосіб досягнення мети	У. Уайт
З одного боку, соціальну відповідальність можна розглядати у якості ефективної технології пристосування до реальності, доки це приносить вигоду підприємству, а з іншого, одним із можливих варіантів досягнення/набуття соціальної згоди між економічною, політичною, соціальною та ціннісною системами	Т. Парсонс
Одним із стрижневих елементів соціальної відповідальності, як складно структурованого явища, постає етика моралі, проте вона, як і всі зазначені аспекти, формується в організації переважно в умовах цілеспрямованого управління	М. Вебер, В. Канке, Е. Фромм та ін.

Джерело: складено авторами на основі [18; 3; 13; 8; 4, с. 50].

Роль соціальної відповідальності в умовах сьогодення для підприємств є незаперечною і полягає в тому, що вона є вагомим чинником покращення результатів діяльності підприємства, складовою мотивування персоналу та ключовим елементом у формуванні й розвитку його корпоративної культури. Відтак, щоб забезпечити свою конкурентоспроможність та пізнаваність на ринку, підприємство має утверджувати власний образ соціально відповідального, зміцнювати ділову репутацію на ринку праці та утримувати баланс інтересів поміж усіх груп зацікавлених сторін. Проте, як зазначає Р. Даулінг «...у організації немає єдиного іміджу або репутації – у неї їх багато» [4, с. 58].

Дослідження теоретичних підходів та дефініції соціальної відповідальності у різних сферах соціально-економічних відносин, дало змогу науковцям розробити концептуальну модель аналізування практик соціальної відповідальності, табл. 2.

Таблиця 2

Концептуальна модель аналізування соціальної відповідальності

Рівень аналізування	Змістове наповнення алгоритму аналізування
Теоретичний	<ul style="list-style-type: none"> - аналіз відповідальності в двох аспектах: як реакції суспільства на дії підприємства та як відповідь підприємства на вимоги та потреби суспільства; - розгляд соціальної відповідальності у якості набору показників для оцінки соціальних відносин у різних сферах життєдіяльності суспільства; - вивчення соціальної відповідальності у рамках концепції соціальної довіри, де вона розглядається як механізм формування довіри в середині підприємства, між підприємством та державою, а також між державою, підприємством та суспільством; - акцентуація морально-етичного аспекту соціально відповідальних дій; - застосування теорії зацікавлених сторін задля визначення взаємозв'язків між організацією та зацікавленими сторонами; - використання концепції сталого розвитку для визначення місця соціальної відповідальності в діяльності організації; - розгляд соціальної відповідальності в організаційному контексті – як складової управлінської діяльності організації з уніфікованим набором структурних компонентів; - вивчення практик соціальної відповідальності через її внутрішні (управлінська діяльність спрямована на потреби та розвиток персоналу підприємств) і зовнішні (сприяння розвитку регіону, благодійні проекти, волонтерство) прояви; - визначення соціальної відповідальності як складноструктурованого за сферою спрямованості соціального явища в контексті трансформаційної парадигми Д. Мертенс.
Методологічний	<ul style="list-style-type: none"> - використання трансформаційної парадигми, яка базується на комплексному застосуванні якісних і кількісних соціологічних методів; - дослідження процесу інституціоналізації соціальної відповідальності; - визначення сфер впливу соціальної відповідальності; - обґрунтування необхідності дослідження практик соціальної відповідальності на рівні підприємства та суспільства; - аналіз стандартів, що контролюють соціально відповідальну поведінку підприємств; - класифікація практик соціальної відповідальності; - вироблення системи показників та індикаторів аналізу практик соціальної відповідальності; - розроблення алгоритму оцінки нефінансової звітності підприємств;

	- актуалізація соціологічного дослідження розуміння та складових соціальної відповідальності на рівні репрезентантів даного явища в Україні; - аналіз та типологізація наявних практик соціальної відповідальності в Україні; - визначення подальших векторів розвитку соціальної відповідальності в Україні
Прикладний	- вдосконаленні існуючих методик вивчення проявів соціальної відповідальності; - застосуванні кількісного експерт-опитування для дослідження особливостей розуміння соціальної відповідальності та наявних практик соціальної відповідальності; - застосуванні контент-аналізу для вивчення та оцінки соціальних звітів великих українських підприємств

Джерело: складено авторами на основі [4, с. 63-65].

У різних державах світу домінують різні теоретичні та прикладні моделі співпраці підприємств із зацікавленими сторонами в процесі здійснення стратегій соціальної відповідальності. Водночас їхнє різноманіття базується на низці основних принципів, які є базовими у сфері соціальної відповідальності та відповідно до яких формується стратегія підприємства. Вони спрямовані на врахування соціального, екологічного, юридичного, культурного, політичного та організаційного різноманіття діяльності підприємств, а також відмінностей в економічних умовах на національних ринках. Отож, ключовими принципами корпоративної та організаційної соціальної відповідальності відповідно до ISO 26000, є такі: відповідальність, прозорість, етична поведінка, повага до інтересів зацікавлених сторін, повага до верховенства права, повага до міжнародних стандартів поведінки, повага до прав людини [11]. Змістовне наповнення зазначених принципів наведено у табл. 3.

Таблиця 3

Сутність основних принципів соціальної відповідальності

Принцип	Змістовне наповнення
Відповідальності (підзвітності)	передбачає, що підприємству варто бути підзвітним за свій вплив на суспільство, економіку та навколишнє середовище
Прозорості	означає, що підприємство має бути прозорим в своїх рішеннях та діяльності, які впливають на суспільство та навколишнє середовище, а надавана інформація – доступною, зрозумілою, своєчасною, об'єктивною
Етичної поведінки	означає, що підприємство має поводити себе етично, а його поведінка має бути заснована на цінностях, наприклад, чесності, справедливості, добросовісності, оскільки вони передбачають турботу про людей, навколишнє середовище
Поваги до інтересів зацікавлених сторін	передбачає, що підприємство має поважати, враховувати інтереси його зацікавлених сторін та реагувати на них
Поваги до верховенства права (закону)	передбачає, що підприємству обов'язково необхідно дотримуватися верховенства закону
Поваги до міжнародних стандартів поведінки	означає, що підприємству варто дотримуватися міжнародних норм поведінки, враховуючи принцип верховенства закону
Повага до прав людини	передбачає, що підприємству варто дотримуватися прав людини та визнавати їх важливість та загальність

Джерело: складено авторами на основі [11; 4, с. 91-92].

Варто зазначити, що поряд із загальноприйнятими принципами здійснення соціальної відповідальності на її стан та форми прояву в межах підприємств впливають такі складові, як національний менталітет, культура, форма власності, розміри підприємств тощо.

Відтак сучасні ініціативи розвитку корпоративної соціальної відповідальності своє підґрунтя формують на чотирьох основних категоріях: етична відповідальність; екологічна відповідальність, благодійна (філантропська) відповідальність; економічна відповідальність [9, с. 58-59].

З огляду на це потрібно усвідомити, що людина у соціально-економічній системі та її середовище в якому функціонує підприємство, не обмежуються лише вимірами етичного, екологічного, чи економічного простору. Діяльність людини та підприємства, також залежать від державницького мислення власників і персоналу та культурно-ідентичного змістового наповнення середовищ їх співіснування. Про це свідчить і життя в умовах нашого українського сьогодення – російсько-українська війна. Тому, види (категорії) соціальної відповідальності підприємництва, на нашу думку, варто доповнити такими новими ініціативами як: національно-державницька відповідальність та культурно-духовна відповідальність.

Національно-державницька відповідальність полягає у формуванні шанобливого ставлення до конституційних засад Держави та її символів, утвердженні державної (української) мови у

діловості й спілкуванні персоналу підприємств, вихованні державницьких патріотичних цінностей, забезпеченні поваги до національної гідності персоналу.

Культурно-духовна відповідальність – це взаємопов’язана царина, зосереджена на здійсненні корпоративної політики в сфері культури, першочерговими завданнями якої повинні бути: виховання свого персоналу, повага до національної культурної неповторності середовища функціонування підприємства, збереження і дотримання традицій, норм поведінки в суспільній життєдіяльності краю, а також сприяння творчій діяльності персоналу й особистого внеску в становлення та розвиток духовної культури.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Основоположною ознакою соціальної відповідальності є здатність власників та менеджменту підприємств інтегрувати соціальні аспекти життєдіяльності в стратегічні та тактичні цілі розвитку підприємств. Така соціально-економічна політика підприємства вимагає публічної та етичної поведінки, що враховує потреби зацікавлених сторін, ґрунтується на основі чинного національного законодавства та узгоджується з інтересами персоналу й середовища функціонування підприємства.

Подальші дослідження варто спрямувати на розроблення методологічні аспектів оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємств різних видів економічної діяльності залежно від розміру підприємства та його впливу на середовище функціонування, а також методів її діагностування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Безрукова О.А. Відповідальність в сучасному світі: моральні та соціальні підстави соціологічної інтерпретації: монографія. Запоріжжя: ЗНТУ, Видавництво Хортицького національного навчально-реабілітаційного багатoproфільного центру, 2012. 324 с.
2. Воронько-Невіднича Т.В., Помаз О.М., Васильєва Ю.А., Коваленко Г.О. Аспекти корпоративної соціальної відповідальності підприємства, що сприяють формуванню його іміджу. *Modern Economics*. 2020. № 24(2020). С. 45-49.
3. Гіденс Е. Соціологія / пер. з англ. В. Шовкун, А. Олійник; наук. ред. О. Іващенко. К.: Основи, 1999. 726 с.
4. Горбова Ю.С. Соціологічний контекст практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. URL: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/11/dis_horbova.pdf
5. Грицаєнко М.І. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2021. № 7-8 (284-285). С. 130-142.
6. Комарова К.В., Ковальчук Н.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. *Інноваційна економіка*. 2016. № 5-6. С. 25-30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_6.
7. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. 302 с.
8. Коулман Дж. Капітал соціальний і людський. 2001. № 3. С. 126-137.
9. Кузьмін О.Є., Станасюк Н.С., Уголькова О.З. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2021. № 2 (6). С. 56-64.
10. Мазурик О.В. Соціальна відповідальність як складова концепції соціального аудиту. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. К. : ІВЦ «Політехніка», 2010. № 4 (8) С. 62-66.
11. Міжнародний стандарт ISO 26000. Керівництво для врахування соціальних вимог до компаній та організацій, яке служить для користувачів орієнтиром для сталого розвитку. URL: <https://www.dqsglobal.com/uk-ua/sertifikuje/iso-26000> (дата звернення 27.01.2024 р.).
12. Пушак Я.Я., Лагодієнко В.В. Соціальна відповідальність підприємств харчової промисловості як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 3. С. 27-35.
13. Селігмен А. Проблема довіри / пер. з англ. Л. В. Соболевой. 2002. 200 с.
14. Філософський словник соціальних термінів: 3-тє вид., доп./ В. Андрющенко (кер.), В. Бакіров, М. Бойченко та ін. 3-є вид., доп. Харків: Р.І.Ф., 2005. 670 с.

15. Drucker, P.F. (1999). *Management Challenges for the 21 st Century* [Text]. Oxford: Elsevier. 205 p.
16. Kayla O'Neill (2020). 16 CSR Facts You Need To Know. URL: <https://www.globalgiving.org/learn/listicle/csr-facts-you-need-to-know> 2020
17. Stobierski Tim (2021). 15 eye-opening corporate social responsibility statistics, Harvard business school online. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics>
18. Whyte W. (1963). *The Organization Man*. London : Penguinbook.
- 19.

REFERENCES:

1. Bezrukova O.A. Responsibility in the modern world: moral and social foundations of sociological interpretation: monograph. Zaporizhzhia: ZNTU, Publishing House of the Khortytskyi National Educational and Rehabilitation Multidisciplinary Center, 2012. 324 p.
2. T.V. Voronko-Nevidnycha, O.M. Pomaz, Yu.A. Vasyliieva, G.O. Kovalenko. Aspects of the enterprise's corporate social responsibility that contribute to the formation of its image. *Modern Economics*. 2020. No. 24(2020). P. 45-49.
3. Giddens E. *Sociology* / trans. from English V. Shovkun, A. Oliynyk; of science ed. O. Ivashchenko. K.: Osnovy, 1999. 726 p.
4. Gorbova Yu.S. Sociological context of corporate social responsibility practices in Ukraine. - Qualifying scientific work on manuscript rights. URL: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/11/dis_horbova.pdf.
5. Hrytsaenko M.I. Formation of social responsibility in the economic mechanism of realization of social capital of the enterprise. *Scientific Bulletin of Odessa National Economic University*. 2021. No. 7-8 (284-285). P. 130-142.
6. Komarova K.V., Kovalchuk N.V. Social responsibility as a component of business development strategy at Ukrainian enterprises. *Innovative economy*. 2016. No. 5-6. P. 25-30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_6.
7. Kotler F. Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society / Trans. from English S. Yarynych. K.: Standart, 2005. 302 p.
8. Coleman J. Social and human capital. 2001. No. 3. P. 126-137.
9. Kuzmin O.E., Stanasiuk N.S., Ugolkova O.Z. Social responsibility of business: concept, typology and factors of formation. *Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development*. 2021. No. 2 (6). P. 56-64.
10. Mazuryk O.V. Social responsibility as a component of the concept of social audit. *Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"*. K.: Polytechnic Polytechnic Institute, 2010. No. 4 (8) pp. 62-66.
11. International standard ISO 26000. Guidelines for taking into account social requirements for companies and organizations, which serves as a guide for users for sustainable development. URL: <https://www.dqsglobal.com/uk-ua/sertifikujte/iso-26000> (date of application 01/27/2024).
12. Pushak Y.Ya., Lagodienko V.V. Social responsibility of food industry enterprises as a basis for innovative development of the modern economy. *Actual problems of innovative economy*. 2018. No. 3. P. 27-35.
13. Seligman A. The problem of trust / trans. from English L. V. Soboleva. 2002. 200 p.
14. Philosophical dictionary of social terms: 3rd ed., add./ V. Andryushchenko (director), V. Bakirov, M. Boychenko and others. 3rd ed., add. Kharkiv: R.Y.F., 2005. 670 p.
15. Drucker, P.F. (1999). *Management Challenges for the 21 st Century* [Text]. Oxford: Elsevier. 205 p.
16. Kayla O'Neill (2020). 16 CSR Facts You Need To Know. URL: <https://www.globalgiving.org/learn/listicle/csr-facts-you-need-to-know> 2020
17. Stobierski Tim (2021). 15 eye-opening corporate social responsibility statistics, Harvard business school online. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics>
18. Whyte W. (1963). *The Organization Man*. London : Penguinbook.

THE ROLE AND PRINCIPLES OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE BUSINESS MANAGEMENT SYSTEM

YUR Ivan, SYTNYK Yosyf
Lviv Polytechnic National University

The article examines the genesis of the formation of the concept of responsibility and the development of the concept of social responsibility in the management systems of business entities. Social responsibility is one of the key components of the strategy of modern enterprises. The social responsibility of entrepreneurship imposes obligations on the owners and management of the enterprise to take into account and protect the interests of all interested parties in the environment of the enterprise. The study of the phenomenon of the influence of social responsibility and numerous studies in this area indicate the need to structure theoretical approaches and knowledge in this area, as well as study the practices of implementing social responsibility in today's conditions. The study of the concept of social responsibility based on this article indicates that the management of enterprises should change approaches to the traditional management of business entities and introduce it into their strategic plans. The authors of the article believe that the growing need for social responsibility depends on the influence of the knowledge and information flow in society. The article summarizes scientific approaches to the development of social responsibility. The conceptual model for analyzing social responsibility practices developed by various scientists was analyzed and systematized. The article examines and reveals the content of the main principles of social responsibility. It is proposed to supplement the already known types of social responsibility in enterprise management systems and the field of entrepreneurship in general with new categories: national-state and cultural-spiritual. The authors claim that the development of social responsibility in the enterprise management system is a complex process where an effective strategy of responsibility can integrate various principles and categories depending on the size and types of economic activity of enterprises.

Key words: social responsibility, entrepreneurship, enterprise, model, principle, category.