

## СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФОРМА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

*М. О. Нечепуренко, аспірант, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», [Nechepurenko.m.o@ntu.one](mailto:Nechepurenko.m.o@ntu.one)*

**Методологія дослідження.** У процесі дослідження використано діалектичний методи пізнання процесів і явищ; історико-хронологічний – з метою з'ясування еволюції поглядів на соціальну відповідальність бізнесу та соціальне підприємництво в Україні; емпіричний метод – для комплексної оцінки сталості бізнесу в Україні, який функціонує на основі соціальної відповідальності, абстрактно-логічний – під час теоретичних узагальнень та формулювання висновків.

**Результати дослідження.** Статтю присвячено дослідженню визначальних напрямів спеціалізації економічних відносин у сучасній Україні – розвитку соціальної відповідальності бізнесу та соціального підприємництва. У статті надана авторська розробка етапів усвідомлення суті соціальної відповідальності бізнесу. В роботі констатується, що економічні, політичні та соціальні реалії вітчизняного сьогодення зумовлюють еволюцію концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу до соціального підприємства, яке не тільки стане джерелом забезпечення матеріальних потреб людей, що не спроможні конкурувати на ринку праці, але й сприятиме вирішенню більш широкого кола актуальних соціальних завдань.

**Новизна.** Наукова новизна результатів дослідження полягає у визначенні етапів формування сучасного усвідомлення суті соціальної відповідальності бізнесу: соціальна відповідальність бізнесу як самостійна ініціатива, соціальна відповідальність бізнесу як благодійність, соціальна відповідальність бізнесу як суб'єкт стратегічного планування, соціальна відповідальність бізнесу як частина корпоративної культури, соціальне підприємництво як концепція розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Розкрито питання визначення спільних рис та відмінних характеристик для соціально відповідального бізнесу та соціального підприємництва.

**Практична значущість.** Результати дослідження акцентують увагу на значущості діяльності соціально відповідальних компаній, спрямованих на посилення соціальної взаємодії та партнерства (з можливістю створення соціальних підприємств та залучення на роботу воїнів-інвалідів, внутрішньо переміщених осіб, які втратили свої домівки), підтримки місцевого населення, а також підвищення рівня психологічного здоров'я та самопочуття співробітників.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, бізнес, соціальне підприємництво, сталість бізнесу, соціально не захищені верстви суспільства, соціальний ефект.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку українського бізнесу і суспільства значною мірою активізувалися дослідження і розробки у сфері соціального підприємництва та соціальної відповідальності бізнесу (СВБ). Зростання активності ґрунтується на прагненні суспільства увійти у європейську і світову спільноту стандартів якості життя, ведення бізнесу та розвитку громадянського суспільства.

Кризові явища української економіки приводять до переосмислення ролі підприємництва у досягненні цілей розвитку його відповідальності перед суспільством. У 2000-х рр. в Україні мало хто вірив, що соціальна відповідальність зможе реалізуватися, але сьогодні ми бачимо, що ідеї набувають великої підтримки та поширення серед крупних українських компаній, а також малого та середнього бізнесу.

Однією з концепцій соціальної відповідальності бізнесу є ідея соціального підприємництва, яка зародилася на початку 80-х, фактично залучаючи колосальне число прихильників. Соціальне підприємництво передбачає використання різноманітних методів венчурного бізнесу для розробки фінансування та впровадження рішень соціальних проблем суспільства, а звертаючи увагу на соціально-економічне положення України, цей напрям бізнесу можна вважати трендовим та актуальним.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У 50-ті роки ХХ ст. було вперше з наукового погляду розкрито поняття «соціальна відповідальність». Упродовж наступних років це поняття розглядало багато науковців та практиків. Ця проблематика опрацьована в працях таких науковців, як М. Деліні [1], С. Мороз, А. Мейш, С. Левченко [5], О. Шиманська, Н. Петрук [10] та інші. Дослідженням теоретичних проблем створення та розвитку соціального підприємництва як концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу приділено увагу науковцями, серед них можна виділити А. Завадських, В. Тебенко [2], Б. Косович [3], Н. Луценко [4], В. Смаль, В. Кокоть [7] тощо

Незважаючи на численні дослідження у цій сфері, варто констатувати, що аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу та соціального підприємництва залишаються об'єктом дискусій.

**Формування мети статті.** Метою статті є актуалізація уваги до соціального підприємництва як концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в умовах сьогодення України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасні економічні умови все частіше формуються на принципах соціально орієнтовного бізнесу. Базисом посилення ролі соціальної відповідальності у суспільстві, виступає зміна напрямку пріоритетів бізнес структур, які у свою чергу супроводжується кардинальними трансформаціями цінностей, підходів і системи управління організації в цілому, з урахуванням сучасних викликів для України.

Наявність соціальних програм та соціальна активність – це вагома конкурентна пе-

ревага, що дає можливість підприємству випередити своїх суперників і зміцнити свої позиції на ринку, адже розвиток регіону неможливий лише за умови успішності економічного складника. Комплексний підхід з урахуванням соціальної відповідальності гарантує підприємству лояльне ставлення всіх зацікавлених осіб і місцевої громади в цілому, а також стабільне підвищення рівня життя та мінімізацію соціальних диспропорцій у регіоні [6].

У науковців не існує єдиного об'єктивного тлумачення соціальної відповідальності бізнесу, через що вчені розділилися на дві групи. Перша група вважає соціальну відповідальність бізнесу благодійною акцією, як виключно добру волю керівництва компанії. Друга група базується на твердженні, що соціальна відповідальність бізнесу є об'єктивною необхідністю відносин між бізнесом і суспільством.

СВБ не може замінити собою правове регулювання, законодавство та забезпечення дотримання законів. Водночас СВБ має прозорий характер, оскільки заснована на принципах довіри та справжнього партнерства. Тому СВБ надає перед співробітниками та зацікавленими сторонами широкі можливості та перспективи взаємодії у соціальній і екологічній сферах [1].

Узагальнюючи, можна дати широке визначення соціальної відповідальності бізнесу – це свідоме відповідальне ставлення компанії відносно свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, навколишнього середовища, проблем та потреб суспільства. Тобто СВБ – це активна соціально-орієнтована позиція компанії, що полягає в гармонійному співтоваристві, взаємодії та постійній комунікації із суспільством, участі у забезпеченні найгостріших потреб і вирішенні необхідних соціальних проблем.

Процес формування сучасного усвідомлення суті соціальної відповідальності бізнесу пройшов складний шлях. На думку автора основними етапами усвідомлення суті були:

- соціальна відповідальність бізнесу як самостійна ініціатива;
- соціальна відповідальність бізнесу як благодійність;

- соціальна відповідальність бізнесу як суб'єкт стратегічного планування;
- соціальна відповідальність бізнесу як частина корпоративної культури;
- соціальне підприємництво як концеп-

ція розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Більш ґрунтовний аналіз етапів усвідомлення соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством наведений на рис. 1.

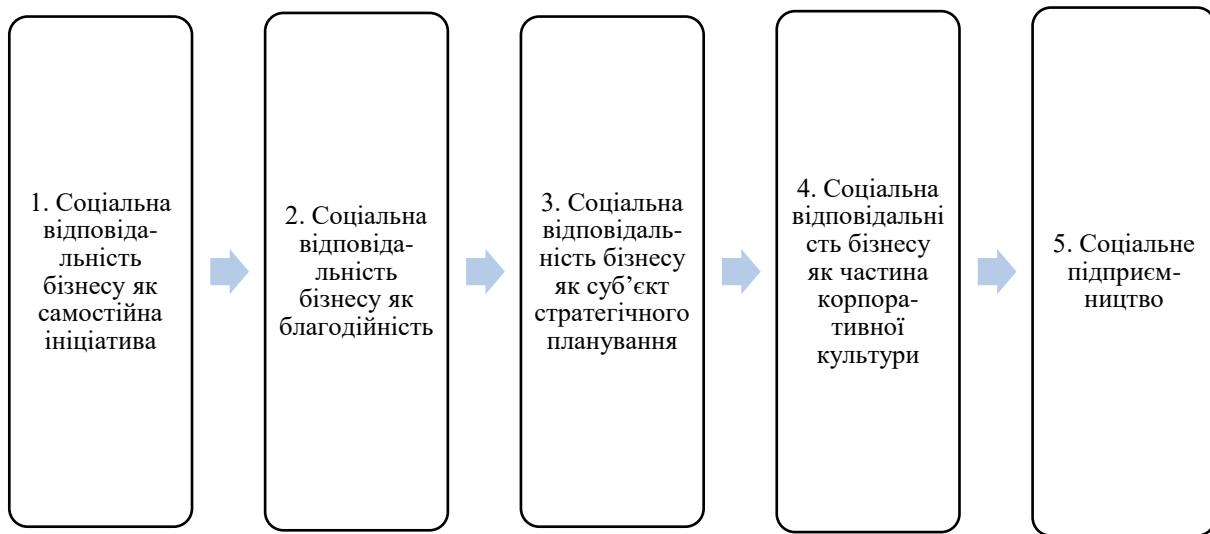


Рисунок 1. Аналіз етапів усвідомлення соціальної відповідальності бізнесу  
Джерело: складено автором

Виходячи з аналізу етапів усвідомлення відповідальності бізнесу перед суспільством на рис. 1, важливо зауважити, що значний час людство знаходилося на першому етапі «Соціальна відповідальність бізнесу як самостійна ініціатива». Це були перші кроки усвідомлення того, що окрім одержання максимального прибутку, існує суспільство і суспільні проблеми, з яким треба контактувати і проблеми якого треба вирішувати. Здебільш, цьому періоду притаманний хаотичний характер соціальних заходів, які носили доволі рідкий характер, без діалогу представників бізнесу і суспільства та повній відсутності нормативної бази. Зростання свідомості у розрізі соціальної відповідальності було поступовим, де рушійною силою з однієї сторони виступав ріст соціального напруження, а з іншого – технологічний розвиток, конкуренція і зростання гуманістичного бачення суспільства.

Другим етапом усвідомлення соціальної відповідальності був етап «Соціальна відповідальність бізнесу як благодійність». Його можна характеризувати як поступова еволюційність свідомості у власників бізнесу. Даному етапу притаманна більшість характеристик першого етапу «Соціальна від-

повідальність бізнесу як самостійна ініціатива» за деяким виключенням. Благодійність носила більш ширший характер, більшу масовість і найголовніше, благодійність носила більшу свідомість у власників бізнесу. Тобто власники бізнесу почали усвідомлювати необхідність діалогу бізнесу і суспільства і почали робити для цього перші кроки.

Третій етап усвідомлення характеризується значним збільшенням соціальної відповідальності у діяльності компаній. Цей етап – є періодом повного усвідомлення необхідності діалогу між бізнесом і суспільством. Соціальна відповідальність переходить у масовість, розвивається наукова теорія і регламентованість. Соціальна відповідальність бізнесу починає розглядатися власниками, як дієвий механізм стратегічного планування

Четвертий етап усвідомлення є сучасним етапом веденням соціально відповідального бізнесу. Йому притаманна масовість, чітка регламентованість, широкий діалог з суспільством, самоусвідомлення необхідності у соціальній відповідальності бізнесу. СББ розглядається як важливий важіль впливу на конкурентоспроможність організації, який здатен надавати конкурентні переваги і забезпечувати стабільний розвиток

усієї організації. Представники бізнесу розуміють, що стремління покращити репутацію компанії необхідно підкріплювати реальними справами. На відміну від піару, СВБ не є абстракцією, тому соціальна відповідальність якнайкраще підходить для цього. У такому випадку, повага до компанії буде тільки зростати, оскільки діяльність компанії у сфері СВБ має позитивне сприйняття з боку усього суспільства.

Україна, у цій еволюції етапів усвідомлення необхідності впровадження соціальної відповідальності бізнесу, знаходиться на сьогоднішній стадії 4-го етапу. Ураховуючи, що такий напрям, як корпоративна соціальна відповідальність, в Україні до війни знаходилася на початковому етапі розвитку, мали місце випереджаючі темпи зростання соціальних витрат бізнесу у порівнянні з темпом зміни обсягів реалізації товарів і послуг, що було гарною характеристикою зміни свідомості власників і керівників підприємств щодо поступового утвердження корпоративної соціальної відповідальності як важливої складової менеджменту організацій в Україні.

Незважаючи на тривалу еволюцію та трансформацію концепції соціальної відповідальності в Україні, можна відзначити,

що вона стала швидко поширюватися у тому числі й серед малого та середнього бізнесу [3].

Соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу у Європейському Союзі орієнтована на права людини. Одним із нововведень у закордонній системі соціальної відповідальності вважається інклюзивна модель, яка передбачає залучення людей з низьким рівнем життя діяльність організації. В основному політика корпоративної соціальної відповідальності спрямована на інформаційні технології. Є випадки, коли деякі ініціативи в галузі соціальної відповідальності спеціально були включені до угод між підприємствами [10].

CSR Ukraine спільно з The Page у травні 2023 року розпочали дослідження сталості українського бізнесу під час війни. Участь у Індексі КСВ 2023 взяли 30 компаній. Компанії мали заповнити анкету, яка враховувала наступні компоненти: наявність Плану безперервності бізнесу, безпека співробітників, боекдатність, об'єднаність, підтримка громад, і отримати експертну оцінку своєї сталості (Рис. 2).

Лідерами КСВ Індексу 2023 стали компанії Нова пошта, ПрАТ Київстар, ЕРАМ Україна, Infopulse та Sense Bank. Середній бал

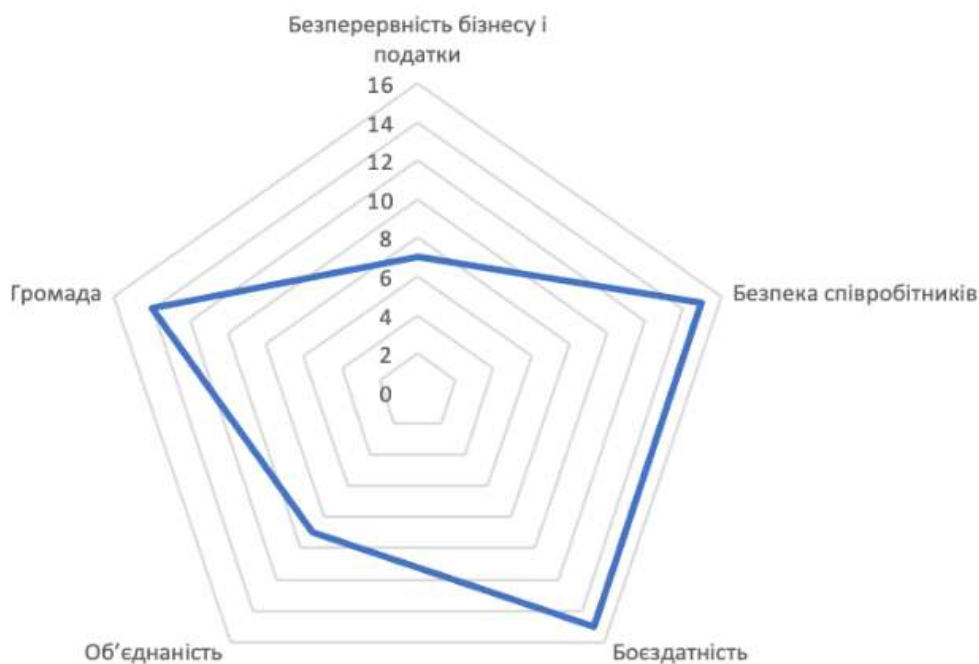


Рисунок 2. Найбільш поширені практики українського бізнесу відповідно до 5-тикомпонентної моделі соціальної відповідальності під час війни  
Джерело: [9]

Індексу КСВ 2023 становить 60 балів. 15 компаній набрали 60 або вище балів [9].

З повномасштабною військовою агресією 2022-го року проти України значна частина бізнес-процесів була тимчасово змінена, що зумовило і модифікацію певних практичних напрямів реалізації соціальної відповідальності. Ці зміни є безпрецедентною практикою в діяльності вітчизняних підприємств, адже вони відображають соціальні еволюційні процеси, отримані у нестандартних, екстремальних умовах. Передусім це адаптація стратегії соціальної відповідальності до військового стану; розвиток корпоративного волонтерства; повага до державних символів, виховання патріотичності та любові до України [5].

Виходячи з того, що соціальна відповідальність в бізнесі є добровільним проявом, дослідження цього явища необхідне не тільки в теоретичному аспекті, а і в практичному. Так як тільки через усвідомлення значущості явища, а також його аналіз і дослідження, можна бути достатньо проінформованим щодо чинників його розвитку і загального стану речей, які є рушійною силою у впровадженні соціального підприємництва [4].

У суспільстві існує соціальний запит та високий рівень очікувань від цього виду діяльності – в українському інформаційному полі соціальне підприємство, соціальні підприємства та соціальний бізнес в Україні з початком війни згадується всі частіше [5].

Під час війни багато українців об'єдналося і долучилося до волонтерського руху та прагнуть продовжувати свою діяльність і розвивати свої території. На хвилі такої активності в нашому суспільстві є гарна нагода та підґрунтя для створення саме соціальних підприємств, як нової форми взаємодії бізнесу, волонтерів і громади. Адже сьогодні і місцеве населення, і ВПО та родини військових, готові доєднатися до нових комбінованих бізнес-проектів, щоб поліпшувати соціальне життя у своїх громадах. І найбільш оптимальною моделлю такої взаємодії є саме створення соціальних підприємств.

Соціальне підприємство – це інноваційна діяльність, спрямована на пом'якшення або вирішення соціальних проблем населення з використанням бізнес-методів. Цей

вид діяльності дозволяє створювати соціально значущі проекти, допомагати людям, вирішувати екологічні проблеми, залишаючись при цьому фінансово стійким та окупним. Головним мотивом такої діяльності є не фінанси, а прагнення розвитку громади [7].

Соціальному підприємству притаманні ті ж критерії, що й і традиційному підприємству, зокрема фінансова самостійність, ініціативність, інноваційність, масштабність, ризиковий характер. Поряд з тим йому притаманні і специфічні риси: пріоритетність соціальної мети, реінвестування прибутку у соціальний розвиток, відкритість і прозорість діяльності та публічна звітність [2].

Соціальне підприємство на відміну від соціальної відповідальності бізнесу зобов'язується виконувати соціальну місію з самих початків свого створення. Кожен соціальний підприємець у статуті або іншому установчому документі чітко вказує соціальну проблему, а також відсоток від доходу і в який спосіб регулярно його реінвестуватиме у вирішення цієї ж проблеми. Саме тому соціальне підприємство – це зміна бізнес-моделі соціально відповідального бізнесу. Якщо для звичайного бізнесу соціальна відповідальність є добровільною і необов'язковою регулярною практикою, то соціальний підприємець будує свою бізнес-модель та операційну діяльність безпосередньо для досягнення соціальної мети.

На сьогодні в Європі працює більше 2 мільйонів соціальних підприємств, на яких працюють майже 11 мільйонів працівників (6% від всіх працюючих у регіоні), це становить 10% від всього європейського бізнесу. Лідером європейського регіону в розвитку соціального підприємства вважається Велика Британія, де налічується близько 70 тис. соціальних підприємств, що забезпечують працею майже мільйон британців [8].

Соціальний бізнес молодий, тим не менш розвивається дуже динамічно. В Україні за різними дослідженнями підсумованими у аналітичному звіті «Соціальне підприємство в Україні: Економіко-правовий аналіз» є близько 1000 підприємств станом на 2020 рік і кількість їх щорічно зростає.

Прогресуючий зріст кількості соціальних підприємств в Україні у останні роки є своєрідною реакцією на прояви соціально-



економічної кризи, що стала наслідком політичної та геополітичної кризи – бойові дії, поява нових категорій осіб, які потребують соціальної підтримки – внутрішньо переміщені особи, військові не придатні до військової служби, економічна стагнація, зріст інфляції тощо. Саме тому виникла гостра необхідність у пошуку альтернативних джерел фінансування та допомоги у вирішенні соціальних проблем найбільш уразливих категорій громадян. Інструментом, за допомогою якого можливо частково вирішити дані соціальні проблеми, стали новоутворені соціальні підприємства. Основним механізмом утворення нових соціальних підприємств стала економічна самозгуртованість нових соціально незахищених верств населення, об'єднаних прагненням вирішення власних соціальних та економічних проблем.

Розвиток соціального підприємництва в Україні втілюється переважно малими підприємствами (мікропідприємства). У різних

українських містах існує багато прикладів такого напрямку бізнесу: піцерія *Veterano Pizza*, громадський ресторан *Urban Space*, Львівська свічкова мануфактура, лабораторія ресайклу *Re:laboratory*. Це – успішні діючі соціальні підприємства, які розвивають суспільство та реалізують різнопланові проекти.

Більшість соціальних підприємств займаються працевлаштуванням соціально незахищених верств населення, генерування фінансів для соціальної діяльності, для реінвестування у власну діяльність. Крім того, у своїй діяльності вони приділяють велику увагу залученню молоді, вирішенню гендерних питань тощо. При цьому жорсткого розподілу за видами діяльності серед соціальних підприємств немає – одне підприємство може займатись різними видами діяльності одночасно (Рис. 3).

Географія розповсюдження соціальних підприємств охоплює всю Україну. Найбільша кількість соціальних підприємств зна-

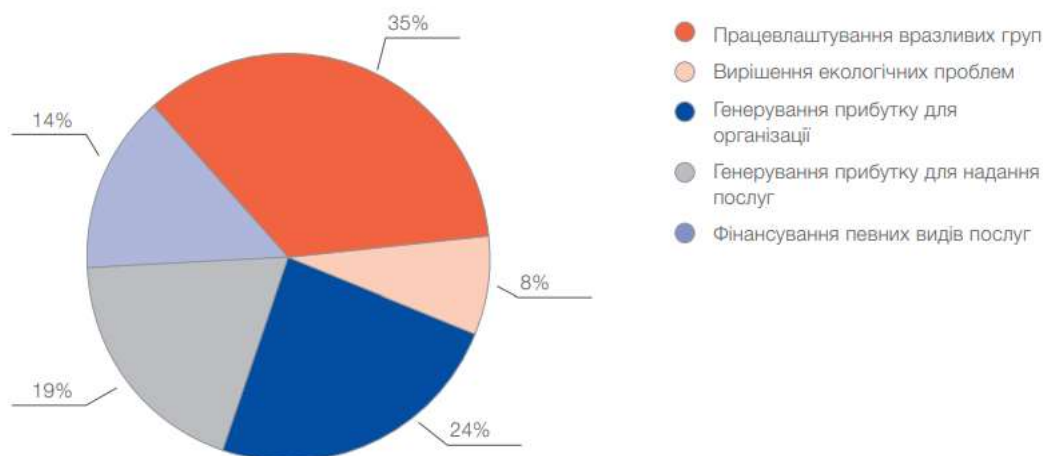


Рисунок 3. Основні види діяльності соціальних підприємств

Джерело: [8]

ходиться у м. Київ (20%), Львівській (10%), Полтавській (6%), Донецькій (6%), Київській (5%), Запорізькій (5%), Харківській (4%) областях [8].

Соціальне підприємництво перетворюється на реальний механізм вирішення суспільних проблем в Україні, коли підприємництво у соціальній сфері, охоплює різні соціально незахищені верстви населення. Створивши правове забезпечення та норми його регулювання, започаткування соціального бізнесу стане більш доступним та привабливим.

Держава відіграє основну роль у розвитку цього напрямку підприємництва завдяки своїм механізмам впливу, визначаючи стратегії розвитку соціального бізнесу та взаємодію із суспільством. Важливим кроком для нашої країни є аналіз міжнародного досвіду, що полягає у ефективній підтримці з боку держави, яка сприяє розширенню сфери такої діяльності, впроваджує сертифікацію діяльності соціальних підприємств, надає гранти з бюджету, фінансову допомогу, розвиває систему податкових пільг у разі реалізації підприємством соціальної мети.

**Висновки.** Соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність яка має соціальну місію «соціальну відповідальність», та виконує соціальні функції щодо найменш соціально захищених верств населення, сама генерує свій прибуток та розподіляє його на задоволення економічних та соціальних потреб суспільства. Соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу відіграє важливу роль у відновленні і розвитку регіонів, суспільства та України загалом. Дії соціально відповідальних компаній в подальшому мають бути спрямовані на посилення соціальної взаємодії та партнерства (з можливістю створення соціальних підприємств та залучення на роботу воїнів-інвалідів, внутрішньо переміщених осіб, які втратили свої домівки), підтримки місцевого населення, а також підвищення рівня психологічного здоров'я та самопочуття співробітників.

### Література

1. Деліні М.М. Соціально-економічна відповідальність підприємництва: теорія, методологія, напрямки розвитку: [монографія]. Краматорськ: ДДМА, 2017. 451 с.
2. Завадських А.М., Тебенко В.М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 11. С. 177-185.
3. Косович Б.І. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання становлення. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 77-81. DOI: [10.32702/2306-6806.2020.3.77](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.3.77)
4. Кокот В. Розвиток соціального підприємництва в Україні. Київ: Біла книга, 2020. 98 с.
5. Луценко Н. Соціальне підприємництво – нова форма бізнесу актуальна під час війни. URL: <https://persha.kr.ua/article/230051-sotsialne-pidpryyemnytstvo-nova-forma-biznesu-aktualna-pid-chas-vijny/>
6. Мороз С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні в умовах війни. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2023. № 3. С. 231-238.
7. Смал В., Кокот В. Що слід знати про соціальне підприємництво. Посібник. Київ, 2017. 54 с.
8. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. URL: [https://euneighbourseast.eu/wp-](https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_1.pdf)

[content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine\\_ukrainian\\_1.pdf](https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_1.pdf)

9. Сталість українського бізнесу під час війни: що показав «Індекс КСВ 2023». URL: <https://thepage.ua/ua/rating/stalist-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-vijni-sho-pokazav-indeks-ksv-2023>

10. Шиманська О., Петрук Н. Нормативно-правове регулювання соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Економіка та суспільство* 2021. №(34). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-92>

### References

1. Dyelini, M.M. (2017). Sotsialno-ekonomichna vidpovidalnist pidpryyemnytstva: teoriia, metodolohiia, napriamky rozvytku. Kramatorsk: DDMA.
2. Zavadskykh, A.M., & Tebenko, V.M. (2020). Praktychni aspekty stanovlennia sotsialnoho pidpryyemnytstva v Ukraini. *Biznes Inform*, (11), 177-185. DOI: [10.32983/2222-4459-2020-11-177-185](https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-177-185)
3. Kosovych, B.I. (2020). Sotsialne pidpryyemnytstvo v Ukraini: aktualni pytannia stanovlennia. *Ekonomika ta derzhava*, (3), 77-81. DOI: [10.32702/2306-6806.2020.3.77](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.3.77)
4. Kokot, V. (2020). Rozvytok sotsialnoho pidpryyemnytstva v Ukraini. Kyiv: Bila knyha.
5. Lutsenko, N. Sotsialne pidpryyemnytstvo – nova forma biznesu aktualna pid chas viyny. Retrieved from <https://persha.kr.ua/article/230051-sotsialne-pidpryyemnytstvo-nova-forma-biznesu-aktualna-pid-chas-vijny/>
6. Moroz, S. (2023). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist biznesu v Ukraini v umovakh viyny. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, Ekonomichni nauky*, (3), P. 231-238. DOI: <https://www.doi.org/10.31891/2307-5732-2023-321-1>.
7. Smal, V., & Kokot, V. (2017). Shcho slid znaty pro sotsialne pidpryyemnytstvo. Kyiv.
8. Sotsialne pidpryyemnytstvo v Ukraini. Ekonomiko-pravovyy analiz. Retrieved from: [https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine\\_ukrainian\\_1.pdf](https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_1.pdf)
9. Stalist ukrayinskoho biznesu pid chas viyny: shcho pokazav «Indeks KSV 2023». Retrieved from <https://thepage.ua/ua/rating/stalist-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-vijni-sho-pokazav-indeks-ksv-2023>
10. Shymanska, O., & Petruk, N. (2021). Normatyvno-pravove rehuliuвання sotsialnoyi idpovidalnosti biznesu v Ukraini. *Ekonomika ta suspilstvo*, (34). Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-92>

## SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A FORM OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

*M. O. Nechepurenko, Post-graduate student, Dnipro University of Technology*

**Methods.** In the research process, the following methods were used: dialectical methods of learning processes and phenomena, monographic method (elaboration of scientific works on the development of social responsibility of business, evolution and transformation of its concepts and social entrepreneurship in Ukraine), empirical method (comprehensive assessment of business sustainability in Ukraine based on social responsibility), abstract-logical (theoretical generalizations and formulation of conclusions).

**Results.** The article is devoted to the study of the determining directions of the socialization of economic relations in modern Ukraine – the development of social responsibility of business and social entrepreneurship. The article provides the author's development of stages of awareness of the essence of social responsibility of business. The paper states that the economic, political and social realities of the domestic present cause the evolution of the concept of the development of social responsibility of business to a social enterprise, which will not only become a source of providing for the material needs of people unable to compete in the labor market, but will also contribute to the solution of various urgent social tasks.

**Novelty.** The scientific novelty of the research results lies in the determination of the stages of the formation of modern awareness of the essence of social responsibility of business: social responsibility of business as an independent initiative, social responsibility of business as charity, social responsibility of business as a subject of strategic planning, social responsibility of business as part of corporate culture, social entrepreneurship as the concept of development of social responsibility of business. The issue of defining common features and distinguishing characteristics for socially responsible business and social entrepreneurship is revealed.

**Practical value.** The results of the study emphasize the importance of the activities of socially responsible companies aimed at strengthening social interaction and partnership (with the possibility of creating social enterprises and attracting disabled soldiers to work, internally displaced persons who have lost their homes), supporting the local population, as well as increasing the level of psychological health and well-being of employees.

**Keywords:** social responsibility, business, social entrepreneurship, business sustainability, socially unprotected layers of society, social effect.

*Надійшла до редакції 10.06.23 р.*