

4. Dmytriieva, N.O. and Polivanov, V.Ye. (2018), "The economic essence and genesis of the global e-business", *Aktual'ni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*, vol. 134, pp.111-129.
5. The official site of Cdn.regulation.ua (2019), "Зелена книга. Ринок електронної комерції", available at: <https://cdn.regulation.gov.ua/e5/ea/4c/d5/regulation.gov.ua.pdf>, (Accessed 1 September 2019).
6. The official site of Pay Space Magazine (2019), "Продажи маркетплейсов вырастут в несколько раз всего через 5 лет", available at: <https://psm7.com/e-commerce/prodazhi-marketplejsov-vyrastut-v-neskolko-raz-vsego-cherez-5-let.html>, (Accessed 2 October 2019).
7. The official site of Ukrstat.gov.ua (2019), "Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах", available at: <http://ukrstat.gov.ua>, (Accessed 2 October 2019).
8. The official site of MMR.ua (2019), "ТОП-15 самых популярных мобильных приложений в октябре", available at: http://mmr.ua/show/issledovanie_kakih_spetsialistov_ishtut_kompanii_v_sfere_internet-marketinga, (Accessed 2 October 2019).
9. The official site of Bit.do (2019), "The State of Social Media in 2016: Platform and UsageTrends", available at: <http://bit.do/eFRWk>, (Accessed 2 September 2019).
10. The official site of Blog.allo.ua (2019), "Соціальний Я. Про вплив соціальних мереж на нас і наше життя", available at: https://blog.allo.ua/ua/sotsialnij-ya-pro-vplivsotsmerezha-na-nas-i-nashe-zhittya_2018-01-13/, (Accessed 3 September 2019).
11. Kapinus, L.V. Semenenko, K.Yu. and Hryshenko, T.I. (2019), "Advancement of food industry enterprises' products in online-retail", *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*, vol. 23, no. I, pp.104-108.

УДК 339:339.1

JEL Classification: L26,L81,M21

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2019-2.74.08>

І.А.Лопашук, к.е.н.,

<https://orcid.org/0000-0001-9934-6607>

Чернівецький національний університет

ім. Ю. Федьковича, Чернівці

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

Анотація

Розкрито сучасні функції малого підприємництва в сфері торгівлі та сформульовані ключові проблеми їх реалізації в умовах макроекономічної нестабільності, експансії зарубіжного торговельного капіталу та посилення конкуренції на ринку товарів та послуг. Визначено чинники негативного впливу на розвиток малого підприємництва, виявлені причини малоефективного функціонування суб'єктів малого підприємництва. Запропоновано шляхи вирішення наявних проблем та обґрунтовано стимули розвитку малого

підприємництва у сфері торгівлі: оптимізація розміру підприємств, стимулювання їх розширення, використання спрощених режимів оподаткування і звітності, підтримка з боку держави щодо доступних кредитних та інвестиційних ресурсів, впровадження сучасних технологій, форм і методів торговельної діяльності, скорочення непродуктивних витрат тощо.

Ключові слова: торгівля, мале підприємництво, фізичні особи - підприємці (ФОП), спрощений режим оподаткування, тенденції розвитку, інновації.

Inna Lopashchuk, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
<https://orcid.org/0000-0001-9934-6607>
Yurii Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi

Summary

The scale of entrepreneurship, its role in the field of trade necessitates the search and implementation of modern forms of organization, innovative solutions, effective mechanisms of functioning. The modern functions of small business in the sphere of trade are revealed. The key problems of their realization in the conditions of macroeconomic instability, expansion of foreign trade capital and increased competition in the market of goods and services are formulated. In today's environment, small business performs complex organizational, economic, socio-economic and technological functions. The key problems in the implementation of these functions in the field of small business are narrowing its scope, especially in domestic trade, destabilizing its external environment, low level of competitiveness of business structures, low socio-economic efficiency of their functioning, and, as a consequence, significant shadow turnover of capital in trade, deconcentrating of turnover, etc. The low share of small business in the formation of gross value added and the loss of their activity over a long period was noted. The reasons for the ineffective functioning of small business entities were identified, the main ones being the concentration of capital in the sectors of large and medium-sized enterprises, the high level of costs of trade for the organization of trade and logistics, the low profitability of most of the range, unproductive costs of resources of various kinds. The ways of solving the existing problems are offered and the incentives for the development of small business in the sphere of trade are substantiated: optimization of the size of the enterprises, stimulation of their expansion, use of simplified modes of taxation and reporting, state support for available credit and investment resources, introduction of modern technologies, forms and methods of trade, reducing unproductive costs, and more. These and other proposed measures will set the prospects for small business development in the field of trade at a new level.

Keywords: trade, small enterprise, physical osobi- businessmen (FOP), simplified mode of taxation, progress, innovation trend.

Постановка проблеми. Підприємництво, як атрибут ринкової економіки є основою функціонування внутрішньої торгівлі і визначальним чинником її розвитку. В торгівлі зосереджено близько 50% загальної кількості суб'єктів підприємництва країни. Вони формують щорічно 15-17% ВВП України.

Масштаби підприємництва, його роль зумовлюють необхідність пошуку і впровадження сучасних форм організації, інноваційних рішень,

ефективних механізмів функціонування. Така необхідність посилюється тим, що в останні роки в торговельному підприємстві, насамперед, в сегменті малого підприємництва, накопичуються негативні явища і тенденції: скорочується кількість суб'єктів підприємництва, малоефективна їх діяльність, низька конкурентоспроможність, зростає рівень «тонізації».

Відповідно актуалізується проблема активізації розвитку малого підприємництва в сфері торгівлі, підвищення рівня соціально-економічної ефективності його функціонування на інноваційних засадах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальних досліджень розвитку і функціонування малого підприємництва у внутрішній торгівлі України недостатньо. У наукових працях вітчизняних дослідників: Апопія В.В., Бланка І.О., Балабана П.Ю., Виноградської А.М., Савицької Н.Л., Лігоненко Л.О., Лазура П.Ю., Скрипка Т.О., Шутовської Н.О., Юрко І.В. головним чином розкрито соціально-економічні аспекти малого підприємництва, а інституціональні та організаційно-економічні засади, проблематика розвитку і функціонування суб'єктів малого підприємництва мало досліджено.

Метою даної статті є розкриття сутності і характеру ключових проблем розвитку малого підприємництва в сфері внутрішньої торгівлі України, виявлення причин виникнення та обґрунтування шляхів їх вирішення в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Мале підприємництво (МП) в сфері торгівлі, за своєю сутністю являє систематичну, самостійну та ініціативну господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання своїми силами і на свій ризик з метою отримання прибутку [1, с.8].

До складу малого підприємництва в Україні відносяться підприємства, які відповідають певним критеріям. До 2018 р. таких критеріїв було два: середньоспискова чисельність працюючих і обсяги доходів за рік. У зв'язку з переходом на міжнародні стандарти фінансової звітності в законодавстві внесені зміни. Тепер підприємство повинно відповідати двом з трьох критеріїв: балансова вартість активів, чистий дохід і середня кількість працівників (табл. 1).

За старими, а також діючими критеріями переважна частина суб'єктів господарювання в торгівлі відносяться до малого підприємництва. До цієї категорії відносяться також фізичні особи – підприємці (ФОП).

Таким чином, сектор малого підприємництва в торгівлі складається з трьох блоків.

Таблиця 1

Критерії поділу суб'єктів в секторі малого підприємництва

Суб'єкти малого підприємництва	балансова вартість активів (тис. євро)	чистий дохід (тис. євро)	середня чисельність працівників (осіб)
Мікропідприємства	до 350	до 700	до 10
Малі підприємства	до 4000	до 8000	до 50

Як видно з рис. 1 у сфері малого підприємництва зосереджено 908 тис. суб'єктів господарювання, або 98,4% їх загальної кількості в торгівлі. При цьому слід підкреслити, що мале підприємництво виконує складні функції організаційного, економічного, соціально-економічного і технологічного характеру.

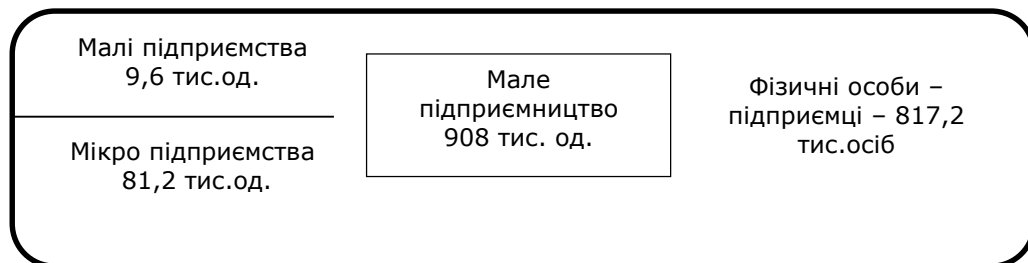


Рис.1. Секторна структура малого підприємництва в торгівлі (2018 р.)

Ключова організаційна функція малого підприємництва – це формування і розвиток широкого різноманіття конкурентних суб'єктів господарювання, їх організаційне оформлення і оптимальне розміщення.

Головна економічна функція малого підприємництва полягає в забезпеченні стадії товарно-грошового обміну у формі купівлі-продажу, активного впливу на товарне виробництво, підтримки динамічної рівноваги на товарних ринках, забезпечення потреб населення в товарах і послугах [2, с.86].

Основна соціальна функція малого підприємництва – забезпечення самозайнятості, збільшення сімейних доходів, формування середнього класу, соціальна орієнтація торгівлі.

Інституціональна функція малого підприємництва досить багатоаспектна: демонополізація і сприяння розвитку багатокладності в торгівлі, ефективна реалізація форми приватної власності, масовий досвід створення і розвитку бізнесу.

Незважаючи на архіважність наведених базових функцій малого підприємництва їх реалізація у внутрішній торгівлі на сучасному етапі є

досить проблематичною, і відповідно, малоефективною в силу низки наявних проблем.

Перша проблема проявляється у негативній динаміці розвитку малого підприємництва. В останні роки спостерігається загальна тенденція звуження масштабів малого підприємництва в національній економіці, причому прискорено, у внутрішній торгівлі – сфері з найбільш сприятливими передумовами його розвитку (табл.2).

Таблиця 2

Динаміка розвитку суб'єктів малого підприємництва в торгівлі

(тис.од.)

Роки	Малі підприємства	у тому числі	фізичні особи – підприємці	Усього суб'єктів малого підприємництва	Частка суб'єктів малого підприємництва в загальній кількості в Україні, %
2010	105,8	91,1	1086,9	1192,8	55,1
2011	107,3	92,5	809,6	917,0	54,6
2012	99,6	85,4	739,1	838,8	53,1
2013	106,5	93,1	780,0	886,6	52,0
2014	90,8	80,0	894,5	985,3	51,4
2015	90,8	80,6	895,2	986,1	50,3
2016	79,4	69,3	828,1	907,5	49,0
2017	86,5	76,2	748,1	834,7	46,6
2018	90,8	80,1	817,3	908,1	x
2018 до 2010(%)	85,8	87,9	75,1	76,1	x

Джерело: Діяльність суб'єктів підприємництва (статзбірник) 2010, 2018: Держстатслужба України: К – 2019.

Дані таблиці 1 підтверджують негативну динаміку змін кількісного складу суб'єктів підприємницької діяльності. За 2010-2018 роки кількість малих підприємств скоротилося на 25 тис. од, а фізичних осіб – підприємців – близько 270 тис. чоловік. В цілому скорочення суб'єктів у секторі малого підприємництва в торгівлі за зазначений період склало не менше 25% їх загальної кількості.

Відповідно знизилася частка малого підприємництва торгівлі в загальній кількості суб'єктів у національній економіці: з 55,1% у 2010 р. до 46,6% у 2017 р.

Масове скорочення суб'єктів малого підприємництва в умовах безробіття і високого рівня бідності неприпустимо, оскільки загострює соціальну напругу.

Основні причини такого стану криються у дестабілізації зовнішнього середовища малого підприємництва: 1) нестабільна макроекономічна ситуація; 2) низька купівельна спроможність населення; 3) відсутність

інвестицій і малодоступність суб'єктів малого підприємництва до фінансових ресурсів; 4) складності в процесі податкового адміністрування; 5) надмірний тиск платежів, зборів, податків на суб'єкти малого підприємництва; 6) недосконалість орендних відносин, а також відносин власності; 7) формальна державна підтримка малого підприємництва.

Всі ці причини мають тривалий характер. Спробу їх усунення через активізацію державної політики в сфері підприємництва зробив Кабінет Міністрів України у 2017 р., схваливши Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року [3]. Стратегія спрямована, головним чином, на трансформацію інституціонального середовища, насамперед, регулювання підприємницької діяльності. Більш глибокі причини повинні бути усунені реалізацією регіональних стратегій. Як результат намітилося певне кількісне зростання в сфері торговельного підприємництва.

Разом з тим, ця тенденція може бути не тільки припинена, а й набути зворотній напрям у наслідку необґрунтованих дій, намічених урядом щодо скасування спрощеного режиму оподаткування і звітності суб'єктів малого підприємництва, насамперед, ФОП. Підставою для такого кроку є результати досліджень Інституту соціально-економічної трансформації та Центру соціально-економічних досліджень CASE-Ukraine. За їх даними заниження обсягів продажу ФОП складає 18-20 млрд.грн. (2017 р.). Відповідно втрати бюджету з несплати податків сягає 1,0-1,5 млрд. грн. За нашими розрахунками заниження не виходить за межами похибки. Так, у 2017 р. фізичними особами-підприємцями було реалізовано продукції на 585 млрд.грн., відповідно за розрахунками зазначених інституцій заниження товарообороту не перевищило 1,8%.

Якщо припустити, що зазначений показник заниження (18-20 млрд.грн.) відноситься виключно до ФОП, які працюють у сфері торгівлі (переважно на спрощеному режимі оподаткування), то втрати бюджету склали б не більше 6% суми сплачених податків. У ситуації високої соціальної напруги, безробіття, низької купівельної спроможності населення компенсація до бюджету вказаних 6% за рахунок скасування спрощеного режиму оподаткування не тільки недоцільно, але й небезпечно, оскільки приведе до масового скорочення суб'єктів ФОП і малих підприємств, як це відбувалося у 2014 році.

Друга проблема носить структурний характер. Як відомо в сфері торгівлі налічується більше 908 тис. малих підприємств разом з ФОП, що складає 98,4% загальної кількості торговельних суб'єктів господарювання.

Така кількість повинна формувати не менше 2/3 товарообороту внутрішньої торгівлі. Фактично внесок цього сектору підприємництва у валовому товарообороті складає лише 23% (рис. 3).

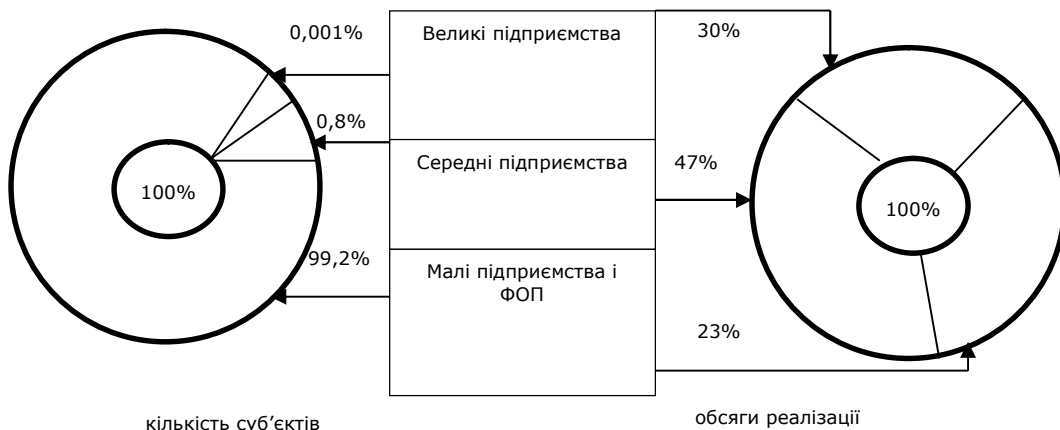


Рис. 3. Структурна характеристика суб'єктів господарювання у формуванні валового товарообороту в торгівлі (2018 р.)

Як видно з рис. 3 структурні деформації щодо формування товарообороту різними секторами підприємництва очевидні. Мале підприємство, яке нараховує 90 тис. суб'єктів господарювання формує лише 23% товарообороту. В той ж час частка 3 тис. великих і середніх підприємств складає 77% валового товарообороту торгівлі. Суттєва деконцентрація товарообороту зумовлено різними причинами, основні з яких наступні: 1) малодоступність до товарних і фінансових ресурсах малого підприємництва; 2) низька інвестиційно-інноваційна активність; 3) інертність до прогресивних технологій; 4) низький рівень конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва.

Для вирішення структурної проблеми в сфері торговельного підприємництва доцільно оптимізувати розміри підприємств, стимулювати їх розширення за рахунок збільшення чисельності зайнятих. Наприклад, в деяких країнах ЄС, США, Японії створення одного робочого місця в сфері підприємництва субсидується державою на 50-70% його вартості [4, с.221-241]. Значна державна допомога передбачається на підготовку робочих професій і підвищення кваліфікації.

В Україні суттєвим стимулом для малого підприємництва є спрощені режими оподаткування і звітності, збереження яких на сучасному етапі є об'єктивною необхідністю.

Третя проблема у розвитку малого підприємництва полягає у низькому рівні конкурентоспроможності діючих суб'єктів.

Конкурентне середовище в сфері малого підприємництва характеризується як інтенсивне, тобто висока зосередженість суб'єктів однорідної діяльності. При цьому, мікропідприємства, ФОП володіють незначним конкурентним потенціалом в силу: 1) малопомітних інновацій; 2) відсутності капітальних інвестицій; 3) використання спрощених технологій; 4) масової некомпетентності кадрів.

Все це приводить до банкрутства 500-600 суб'єктів в рік, малодоступності до публічних закупівель, неможливості виходу на зовнішні ринки.

Підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва в торгівлі вимагає сприяння і підтримки з боку держави щодо доступних кредитних та інвестиційних ресурсів [5, с.248], впровадження нових технологій, методів і форм продажу, у тому числі комп'ютерних технологій і електронних комунікацій, підготовки кадрів зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Четверта проблема – це низька соціально-економічна ефективність функціонування суб'єктів малого підприємництва в торгівлі.

В сфері малого підприємництва зосереджено близько 39% необоротних активів, стільки ж оборотних активів і 71% зайнятих в торгівлі. При цьому частка малого підприємництва у формуванні доданої вартості залишається низькою – близько 20% у загальній її величині в торгівлі (504 млрд.грн.). Більш глибокий аналіз показує, що хронічно збитковим є не менше 25% суб'єктів малого підприємництва, а рентабельність господарської діяльності за останні роки від'ємна (рис.4).

Дані рис.4 підтверджують низький рівень ефективності функціонування суб'єктів малого підприємництва. На одну гривню товарообороту прибуток складає в середньому лише 7-8 коп. Рівень господарської діяльності ще тривожніший. За 2010-2017 роки найкращий показник рентабельності був (-2,3%). В цілому сума збитків за цей період перевищила прибуток у 2 рази.

Слід особливо підкреслити, що на фоні рівня операційної рентабельності всієї торгівлі України і рентабельності господарської діяльності в цілому відповідні показники сектору малого торговельного підприємництва виглядають досить аномальними.

Така ситуація пояснюється низкою причин. По-перше, основна маса прибутку сконцентрована в секторах великого і середнього підприємництва – близько 88%, при тому що обсяги реалізації товарів в

цих секторах склали у 2018 р. близько 76% у загальному товарообороті.

По-друге, значна кількість суб'єктів малого підприємництва здійснюють свою діяльність у віддалених населених пунктах, депресивних районах, що зумовлює високий рівень витрат обігу на організацію торгівлі і логістику.

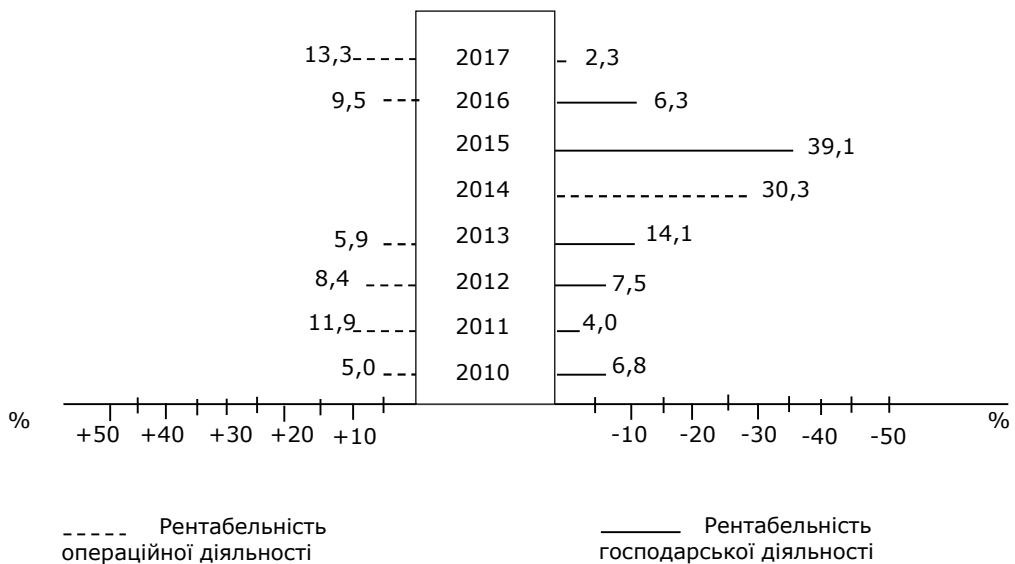


Рис. 4. Рентабельність діяльності суб'єктів малого підприємництва в торгівлі

По-третє, асортимент суб'єктів малого підприємництва, головним чином, товари повсякденного попиту характеризується низькою рентабельністю. Націнка на такі товари не перевищує 15-20% в той же час на товари складного асортименту, рідкого попиту, які реалізується в середніх і великих підприємствах націнка може досягати 50% і більше.

По-четверте, в силу відсутності сучасної механізації торговельно-технологічних процесів продуктивність праці в малих підприємствах низька, а непродуктивні витрати часу на організацію товарозабезпечення, адміністрування, інфраструктурного забезпечення, обліку, звітності неприпустимо великі.

Певні резерви підвищення ефективності функціонування суб'єктів малого підприємництва в торгівлі скриті у внутрішньому середовищі. Вони пов'язані з впровадженнями сучасних технологій, форм і методів продажу товарів, наданням послуг, оптимізації асортименту і запасів товарів,

скороченням непродуктивних витрат, підвищенням продуктивності праці [6, с.94-97]. Разом з тим, необхідно докорінно змінити інвестиційну, кредитну, податкову політику відносно малого підприємництва, усунути фінансові, регуляторні бар'єри, організаційно оформити систему управління малим підприємництвом.

Висновки. Сектор малого підприємництва, який включає малі, мікропідприємства і фізичних осіб-підприємців займає провідне місце в структурі суб'єктів господарювання (98,0%) сфери внутрішньої торгівлі і не менше 70% зайнятих осіб. Проте, його сучасний розвиток можна охарактеризувати, як проблематичний і безсистемний.

Ключові проблеми розвитку і функціонування малого підприємництва в торгівлі за своєю сутністю є організаційно-економічними і проявляються у звуженні масштабів діяльності торговельного підприємництва, деформованій структурі суб'єктів господарювання, низькій конкурентоспроможності та ефективності господарської діяльності.

Запропоновані шляхи та механізми вирішення наявних проблем розвитку малого підприємництва вимагають трансформації зовнішнього середовища, активізації державної торговельної політики «...оскільки найвпливовішим фактором для розвитку підприємництва є держава» [7, с.186].

Список використаних джерел:

1. Апопій В. В. Основи підприємництва: навч. посіб. / В. В. Апопій, С. А. Серeda, Н. О. Шутовська - Львів : Новий Світ-2000, 2018. - 323 с.
2. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій – К. : Знання, 2001. – 277 с.
3. Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.05.2017р. № 504 [Електронний ресурс] / Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/250167535>.
4. Лазур А.Ю. Державне регулювання малого і середнього підприємництва / А.Ю. Лазур – Львів : Новий Світ – 2000, 2006. – 400 с.
5. Скрипко Т.О. Інвестиційно-інноваційна активність малого і середнього підприємництва як чинник економічної безпеки держави : монографія / Т.О. Скрипко - Львів : Ліга-Прес, 2013. – 384 с.
6. Юрко І.В. Торговельне підприємництво / І.В. Юрко – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 232 с.
7. Лігоненко Л. О. Підприємництво і бізнес-культура: підручник / Л.О. Лігоненко, Г.Л. Піратовський, І.В. Молоштан та ін.; за заг. ред. Л.О.Лігоненко – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2011. – 508 с.

References:

1. Apoyi, V.V., Sereda, S.A., Shutovska, N.O. (2018). *Osnovy pidprijemnytstva: navch. posib.* [The basics of entrepreneurship: study guide]. Novyi Svit-2000, Lviv, 323 p. (in Ukr.).
2. Varnaliy, Z.S. (2001). *Male pidprijemnytstvo: osnovy teorii i praktyky* [Small entrepreneurship: basics of theory and practice]. Znannia, Kyiv, 277 p. (in Ukr.).

3. *On approval of the Strategy for development of small and medium-sized enterprises in Ukraine for the period up to 2020*, Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 24.05.2017. № 504. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250167535> (in Ukr.).

4. Lazur, A.Y. (2006). *Derzhavne rehulivannia maloho i serednioho pidpriemnytstva* [State regulation of small and medium-sized enterprises]. Novyi Svit-2000, Lviv, 400 p. (in Ukr.).

5. Skrypko, T.O. (2013). *Investytsijno-innovatsijna aktyvnist maloho i serednioho pidpriemnytstva yak chynnyk ekonomichnoi bezpeky derzhavy: monohrafiia* [Investment-innovation activity of small and medium-sized enterprises as a factor of economic security of the state: monograph]. Liha-Pres, Lviv, 384 p. (in Ukr.).

6. Yurko, I.V. (2014). *Torhovelne pidpriemnytstvo* [Trade Entrepreneurship]. Tsentr uchbovoyi literatury, Kyiv, 232 p. (in Ukr.).

7. Lihonenko, L.O., Piratovskiy, H.L., Moloshtan, I.V. (2011). *Pidpriemnytstvo i biznes-kultura: pidruchnyk* [Entrepreneurship and business culture: textbook]. Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, 508 p. (in Ukr.).

УДК 338.45.48

JEL Classification: D6,B00,Z13,P3

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2019-2.74.09>

О.В. Попадюк, к.е.н.

<https://orcid.org/0000-0002-6797-8404>

О.І. Лучик

<https://orcid.org/0000-0002-6812-9826>

І.П. Кравчук, к.е.н.

<https://orcid.org/0000-0003-0708-3227>

Чернівецький національний університет
ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЇ РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ЗАРУБІЖНІЙ І ВІТЧИЗНЯНІЙ НАУКОВІЙ ДУМЦІ

Анотація

У статті досліджено теоретичні аспекти формування поняття соціальної відповідальності бізнесу, порівняно підходи до його формування у вітчизняній та зарубіжній науковій думці. Обґрунтовано основні напрями трактування соціальної відповідальності бізнесу у зарубіжній науковій думці. Визначено акценти розгляду поняття КСВ вітчизняними науковцями. Розглянуто підходи щодо тлумачення СВБ на інституційному рівні та в програмних документах організацій. Проаналізовано програмні документи сталого розвитку, з якими корелюється поняття КСВ. Встановлено спільні ознаки поняття соціальна відповідальність бізнесу, які визначають його змістове наповнення в сучасних умовах.