

Катерина Білецька – доцент кафедри менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

## Засади формування креативного лідера як менеджера нового покоління

У статті розглянуто основні економічні категорії й характеристики розвитку креативності в лідера на підприємстві; подано структуру потенціалу менеджера креативного типу; сформовано концепцію потенціалу креативного менеджера, параметри оцінки потенціалу креативного менеджера; розкрито фактори успішного формування креативного лідера.

**Ключові слова:** лідер, креативність, креативний лідер, потенціал менеджера креативного типу.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Суспільство ХХІ ст. вже все частіше називають «цивілізацією знання», тому менеджер нового покоління стає досить важливим фактором забезпечення успішного соціально-економічного розвитку підприємств України. Сучасні тенденції господарювання вимагають суттєвих змін у підготовці майбутніх менеджерів, запровадження таких форм фахової підготовки, які б сприяли особистісному та професійному саморозвитку, самовдосконаленню, формуванню навичок творчого розв'язання будь-яких управлінських завдань. Попит на творчу особистість, спроможну опанувати й запровадити креативний стиль в управлінській діяльності, є досить високим. Креативність часто називають одним із важливих особистісних якостей, яку повинен мати кандидат на ту чи іншу вакансію. Особливо, це стосується характеристик особистості менеджера, у ході діяльності якого постійно повинні народжуватися нові, нестандартні рішення та погляди на проблему (В. Зінгер, Л. Ланг, Б. Стінберг). Ось чому так гостро постає питання засад формування креативного лідера й необхідності розвитку його креативного потенціалу.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Креативність у системі управління, напрями її розвитку в особистості й, зокрема, у менеджерів досліджували такі провідні вітчизняні та іноземні вчені, як Г. І. Ванюрихін, А. Д. Двоскін, О. Є. Кузьмін, А. Ю. Манюшис, А. Патюрель, І. І. Свидрук, В. Б. Смольянінов, В. К. Тарасов, Д. Ю. Хомутський, А. В. Шевирев. Серед закордонних науковців – Алан Дж. Роу, Б. Гізелі, Дж. Гілфорд, Едуард де Боно, Майкл Мікалко, П. Торренс та ін.

Психологічні характеристики креативності розглянуто в дослідженнях Дж. Гілфорда, Б. Гізелі, А. Маслоу, В. О. Моляко, Я. О. Пономарьова, П. Торренса, М. Г. Фролова, М. Г. Ярошевського й ін.

Отже, можна стверджувати, що закладено базис розвитку нового напрямку в менеджменті, проте ці наукові дослідження потребують конкретизації, розвитку та вдосконалення, а також розкриття нових сторін поставленої в менеджменті проблеми. Зокрема, у більшості випадків питання розвитку креативності розглядають в аспекті її розвитку в пересічних особистостей або, якщо брати на рівні підприємства, – стосовно персоналу в цілому. На нашу думку, креативність як характеристика особистості, передусім, ключову роль відіграє для менеджерів, керівників, тобто лідерів. Спробуємо дослідити цей напрям у науці управління.

**Мета статті** – визначити чинники та способи розвитку креативного потенціалу в майбутніх менеджерів організації.

Згідно з поставленою метою визначено такі завдання дослідження:

- визначити критерії лідерських якостей у менеджера;
- розкрити сутнісні характеристики креативності;
- дослідити структуру й змістовні компоненти креативного потенціалу в менеджерів;
- окреслити основні напрями формування та розвитку креативного потенціалу менеджера.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Світ вступив у новий період свого розвитку, епоху знань і панування інтелекту. Третє тисячоліття стане епохою інтелектуалів, митців, креативно орієнтованих висококласних фахівців. Менеджери майбутнього створюють умови, за яких відбувається ефективний обмін інформацією та відкритий обмін знаннями.

Лідер (від англ. *leader* – той, хто веде, перший, що йде попереду) – той, хто веде; член групи, усі учасники якої визнають його керівництво, покладаються на нього в прийнятті серйозних рішень і

розв'язанні важливих проблем. Щоб вважатися лідером за сучасних соціально-економічних умов, менеджер нового формату має відповідати такими критеріями:

- мати мультикультурні знання, бути здатним розуміти й спілкуватися з представниками різних культур;
- мати глобальні технологічні компетенції: уміти використовувати технології для управління глобальною міжкультурною децентралізованою командною роботою й здійснення її координації;
- володіти мистецтвом допомагати людям в управлінні процесами, що призводять до досягнення узгоджених цілей;
- бути спроможним створювати, розвивати й підтримувати ефективні робочі команди в умовах глобального середовища [2; 5].

Для сучасного менеджера важливо не стільки мати суму знань, скільки креативно мислити, щоб бути здатним самостійно пізнавати нові реалії й розв'язувати нові проблеми, що виникають в управлінській діяльності.

Креативність – це здатність знайти та визначити проблему; генерувати значну кількість ідей; продукувати несхожі між собою проблеми (тобто мати гнучкість мислення); знаходити оригінальні відповіді, нестандартні рішення; удосконалювати об'єкт, додаючи окремі деталі; бачити в об'єкті нові ознаки, можливості для його нового використання (тобто аналізувати та синтезувати елементи проблеми).

Виділяють три необхідних елементи, що сприяють розвитку креативності: 1) компетенцію – знання, навички, досвід; 2) творче мислення, гнучкість і наполегливість під час пошуку рішення; 3) мотивацію внутрішню (особиста зацікавленість у розв'язанні проблеми) та зовнішню (матеріальне стимулювання й кар'єрне просування).

На розвиток креативності впливають також дві групи факторів :

- перші (зовнішні) обумовлені впливом на особистість середовища, у якому вона перебуває, а також тих людей, із якими вона контактує.
- другі (внутрішні) обумовлені потребами, інтересами та індивідуально-психологічними особливостями особистості [1].

Креативність передбачає наявність трьох речей: мотивації, уміння нестандартно мислити та навички творчого (латерального) мислення. Мотивація заохочує працівників легше, швидше чи дешевше виконувати повсякденну роботу. Розв'язувати нові проблеми може тільки латеральне мислення. Це свідомо креативна техніка, якої можна навчитися.

Креативний лідер – це не той, у кого завжди є готова стратегія, а той, хто може розгледіти її потенціал у поведінці іншого й ефективно адаптувати її до поточної ситуації.

Основні характеристики креативного лідера є такими:

- віддає перевагу та вмє визначати цілі, які сприймаються з ентузіазмом працівниками, а не наводить сухі формулювання завдань, що стоять перед компанією. Практично це передбачає талант балансування на межі між невизначеністю й конкретикою;
- це провідник концепцій: він чутливо реагує на ідеї та вмє їх так упровадити в організації, що вони отримують підтримку й ресурси, необхідні для їх реалізації;
- переконливо демонструє дієвість принципу «кожна поразка – можливість дещого навчитись» і заохочує ризиковані ініціативи;
- створює команди з високим рівнем довіри один до одного;
- дає своїм співробітникам волю займатись іншими видами діяльності та сприяє реалізації ризикованих і спірних проектів;
- допомагає іншим аналізувати й розуміти зовнішнє середовище;
- володіє стилем лідерства від «тренера» або «порадника» до «генератора конфліктів», «коміка» чи «героя». Креативний лідер володіє вмінням змінювати стиль керівництва, переходячи від одного до іншого, не втрачаючи довіри підлеглих [4].

Основою формування менеджера креативного типу є потенціал менеджера, який повинен постійно вдосконалюватися. Потенціал – це здібності й можливості людини, що забезпечують досягнення поставлених цілей.

Здатність людини – це схильність до управління в різних ситуаціях на основі лідерства, інтелектуальної енергії, активності та ініціативи. Здібності людини проявляються через її якості.

Якості – це вміння реагувати на вплив факторів навколишнього середовища. Потенціал людини формується під впливом ергономіки, умов, при яких якості розвиваються й реалізуються з певною силою впливу, тобто енергією людини. Позитивні умови ергономіки – економія енергії людини.

Структура потенціалу менеджера креативного типу представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Структура потенціалу менеджера креативного типу

№ з/п	Структура	Критерії	Основні якості
1	Інтелектуально-моральний потенціал	Цінності (культура й ін.)	Виховання, освіта, культура, етика звернення, інтелект людини
2	Організаційно-поведінковий потенціал	Лідерство	Організованість, діловитість, ініціативність, самовладання
3	Психофізіологічний потенціал	Самостійність і стійкість людини	Тип вищої нервової системи, емоційність, конфліктність, витримка, швидкість мислення, пам'ять, працездатність
4	Професійно-пізнавальний потенціал	Рівень знань і досвіду	Професіоналізм, компетентність, рівень освіти, досвід, уміння аналізувати, критичність, інноваційність, новаторство

При позитивних умовах ергономіки формується синергетика людини, тобто розвиваються його якості, потенційні здатності приймати управлінські рішення. При негативних умовах ергономіки порушуються комунікації, з'являються безлад, хаос, що знижує рівень взаємодії та ефективність роботи всієї організації. Наявність потенційних здібностей людини, сукупності професійних якостей усуває рівень ентропії в системі й працює як енергія творення та побудови нових концепцій і ситуацій.

Отже, від безладу в будь-якій системі йде процес відновлення й творення, освіти порядку за рахунок інтелектуального потенціалу людини, тобто завдяки його здібностям і вмінням досягається ефективність управління.

Концепцію формування потенціалу креативного менеджера представлено на рис. 1.



Рис. 1. Технологічна модель формування креативного менеджера

Виявлення потенціалу менеджера креативного типу ми рекомендуємо здійснювати за такими параметрами на основі анкети для оцінки потенціалу креативного менеджера :

1. Стратегічне мислення. Уміння прогнозувати й оцінювати ситуації, Визначати: хто сильні конкуренти, привабливість сегмента ринку, розробляти конкурентні переваги, який товар і технології будуть потрібні споживачеві завтра?

2. Здатність приймати ризиковані рішення в будь-яких ситуаціях і нести відповідальність за результат.

3. Готовність до генерації нових ідей, до змін та інновацій, до диверсифікації.

4. Проблемне бачення світу, здатність розпізнавати проблеми на основі стратегічного бачення.

5. Уміння заздалегідь, завчасно визначати проблеми, коли вони ще тільки зароджуються.

6. Системне й панорамне сприйняття дійсності, процесів функціонування та розвитку керованого об'єкта.

7. Уміння сприймати, розуміти, приймати й використовувати точки зору, відмінні від власних або навіть протилежні їм.

8. Експрезентність – здатність робити правильні та вдалі висновки при дефіциті інформації.

9. Розвинена психологічна саморегуляція, що визначає ставлення до проблем і до їх оцінки.

10. Психологічна проникливість, що дає змогу бачити й розрізняти в людях особливості їхньої поведінки. Компенсатором проникливості є психодіагностика.

11. Інноваційність та стратегічність мислення, здатність вийти за межі формального, звичного, перевіреного, традиційного.

12. Активність – здатність залучати людей до спільної діяльності, не вдаючись до засобів матеріального або адміністративного примусу.

13. Здатність швидко перебудовуватися психологічно при зміні умов діяльності або переході до виконання принципово нових завдань.

14. Здатність до прихованого керівництва, що припускає включення людей до діяльності не на формальній субординаційній основі [3; 4].

Пропонуємо оцінювати вищезазвані 14 властивостей за 10-бальною шкалою. Передбачуваний результат – ваша характеристика як менеджера креативного типу. На підставі результатів вищезазведеного аналізу встановлюємо рівень потенціалу менеджерів, фахівців, а також потенціал фірми в обраному сегменті ринку. Потенціал визначаємо співвідношенням суми оцінних балів до кількості оцінюваних чинників (векторів).

Один із часто обговорюваних питань, пов'язаних із креативністю, – усі люди креативні, або це властивість, що дана від природи лише деяким? На наше переконання, креативність – це характеристика, властива всім людям, просто вона може мати різні прояви. Кожній людині може бути притаманний свій тип креативного мислення.

Існує кілька класифікацій типів креативного мислення. Найбільш відомою й простою з них є класифікація за переважаючою півкулею головного мозку. Уважається, що ліва півкуля головного мозку відповідає за аналітичну роботу, тоді як права – за творчість та уяву. Відповідно, у різних людей залежно від переважання однієї півкулі над іншим творчі здібності розвинуті краще або гірше.

Згідно із ще однією класифікацією, даною А. Роу, виокремлюють чотири типи креативного мислення: інтуїтивний, новаторський, образний і надихаючий.

1. Інтуїтивний тип мислення оперує попереднім досвідом при прийнятті рішень і зосереджений на результатах. З іншого боку, такі керівники зазвичай дбають про своїх працівників та всю організацію в цілому. У ставленні до конкурентів вони завжди бувають жорсткі, але чесні. Вірять, що люди є ключем до успіху в бізнесі й роблять усе можливе для досягнення успіху фірми. Основне кредо – креативність і віра в людей, що кожна особистість має величезний творчий потенціал, який потрібно розкрити та залучити (мотивувати) у творчу діяльність.

2. Новаторський тип мислення зазвичай сконцентровано на проблемах і фактах, на проведенні точних експериментів, на повному зануренні в роботу. Цей стиль типовий для вчених, інженерів, винахідників.

3. Образний тип мислення притаманний людям творчим, які володіють високими почуттями, лідерам за характером.

4. Гарний тип мислення властивий людям, які втілюють у життя соціальні зміни й цілком присвячуються справі [4;6].

Більшість талановитих людей володіє більш ніж одним креативним типом. Наприклад, Мікеланджело мав новаторський (як інженер і вчений), образний (як артист) та інтуїтивний (як скульптор, який створив великі статуї) типами мислення. На додаток до чотирьох основних типів, які складають профіль креативного потенціалу, ми можемо мати різні рівні інтенсивності для кожного індивідуального типу.

Величезне значення має інтерес до своєї справи. Найбільш успішні часто не найталановитіші, а найбільш допитливі, цікаві. Їх «з'їдає спрага» знайти відповідь. Альберт Ейнштейн говорив про внутрішню мотивацію як про «радість пошуку й пізнання». Письменник-романіст Джон Ірвінг, коментуючи безмежно довгі години, витрачені на творчість, сказав: «Мною рухає пристрасть. Пояснення моєї працездатності в тому, що я не сприймаю це як роботу».

Далеко не всі творчі люди стають суперзірками на зразок Ейнштейна або Сабоніса. Насправді більшу частку творчої роботи у світі бізнесу сьогодні виконують люди, чиї імена ніколи не потраплять в аннали історії. Їх відрізняють високий рівень компетенції, хороші навички творчого мислення й глибока внутрішня мотивація. І, що не менш важливо, працюють вони в організаціях, керівники яких свідомо створюють умови, що сприяють розвитку всіх названих елементів, а не їх пригнічення.

Факторами успішної діяльності менеджера й, певною мірою, передумовами формування креативного лідера, на нашу думку, є :

1. Розвинуте стратегічне мислення.

Стратегія означає випереджаючи, перемогти супротивника. Наприклад: 1) виявити, хто конкуренти, які в них ціни, чи є відповідна торгова ніша; 2) розробити конкурентні переваги, вести боротьбу за свою нішу; 3) визначити, яке обладнання, технологія, який товар потрібен; 4) робота з конкурентами, зі споживачем – біхевіоризм (коли він купує, що йому подобається й ін.).

2. Здатність нести відповідальність і приймати ризиковані рішення в будь-яких ситуаціях. Від ризику йти не можна, це шлях до банкрутства, ризик потрібно перерозподіляти.

3. Готовність до змін та інновацій. Що означає творчий підхід у діяльності менеджера? Коли управління можна вважати творчим? Спочатку слід назвати основні умови творчого підходу особистості: наявність знань й умінь. Крім того, у процесі управління поряд із творчою діяльністю потрібний і логічний підхід до прийняття стратегічних рішень. У поведінці менеджера творчий підхід, тобто креативність, означає: 1) здатність бачити проблеми та вміння перевести їх у ситуації й у можливості розвитку. Сприйняття можливостей розвитку припускає володіння як справами, так і людськими відносинами, здатність спрямувати ситуацію на співпрацю; 2) самобутність (своєрідність). Позитивне своєрідне управління означає розвиток незвичайних ідей, гнучкість мислення й пристосування, за необхідності, думок інших. Розвиток незвичайних ідей вимагає також самостійності та тимчасової незалежності від авторитетів. До творчого підходу в керуванні належить також наполегливість у виконанні управлінських рішень. Розвиток у творчому підході починається тоді, коли при невдачі впровадження незвичайної ідеї ми не звинувачуємо інших, а шукаємо причини невдачі в собі; 3) ясність мислення. Творчі люди здатні запропонувати безліч ідей. Відомо, що кількість породжує якість: із більшої кількості альтернативних пропозицій можна з більшою ймовірністю знайти правильне рішення; 4) здатність до ризику. Проблема багатьох людей, зокрема менеджерів, є страх до експерименту, вони не наслідуються втілювати в життя бажані для себе рішення. Дуже часто менеджери вдаються до звичних рішень – так надійніше. Водночас удосконалення себе як особистості й розвитку організації вимагають, щоб час від часу приймалися нові рішення та налагоджувалась абсолютно відмінна від колишньої діяльність; 5) здатність бачити загальну вигоду. Оптимізація загального означає, що за приватними рішеннями менеджер повинен бачити й спільну вигоду, наприклад, для організації в цілому. До правильного прийняття рішень належить вміння відрізнити істотне від несуттєвого, а також відчуття реальності; 6) здатність добувати відомості та підтримувати зв'язки з іншими. Творчі керівники багато читають і підтримують широкі зв'язки з іншими людьми. Вони в хорошому сенсі цікаві й неупереджено ставляться до нових ситуацій. Водночас творчі керівники вміють висловлювати свої думки – як письмово, так і усно – зрозуміло й дохідливо; 7) воля. Усі характерні риси творчої особистості розвиватимуться, якщо є мотивація до використання своїх знань й умінь в організації. Кожен керівник

повинен з'ясувати для себе, наскільки повно він має намір долучитися до цілей організації та мотивуватися відповідно до них [3; 4].

Керівник в умовах динамічності, непередбачуваності зовнішнього середовища повинен уміти мислити стратегічно й творчо. Це, звичайно, ідеальний випадок, коли поєднуються ці два типи мислення. Але насправді в кожного керівника схильність мислити стратегічно та творчо виражена різною мірою. Простежено різницю між цими двома типами мислення.

І стратегічний, і творчий типи мислення звернені в майбутнє.

Стратегічний тип мислення передбачає визнання й критичне переломлення минулого досвіду. Керівники, які володіють стратегічним мисленням, чуйно сприймають основні тенденції, у результаті розвитку яких майбутнє стає відмінним від минулого.

Керівники, для яких характерний творчий тип мислення, по-новому зіставляють минулі тенденції й створюють нові ідеї.

І той, і інший типи мислення спираються на нові незвичні зміни. Керівник, який володіє стратегічним мисленням, не відрізняється ні емоційною, ні інтелектуальною прихильністю і до минулого, і до майбутнього.

Керівники володіють творчим складом розуму, зосереджують увагу на новизні. Керівники зі стратегічним мисленням відрізняються від тих, для кого характерний творчий тип мислення, своєю готовністю визнати, що погляди й цінності інших мають право на існування та можуть зробити важливий внесок в успіх фірми. Керівники ж із творчим типом мислення, навпаки, зазвичай, не можуть дозволити собі розкоші «обійняти весь світ», якщо вони розраховують забезпечити максимальну можливість їхніх власних неортодоксальних поглядів.

Що стосується ключових факторів успіху, то керівники зі стратегічним мисленням можуть виявити в незвичному й складному завданні лише невелике число змінних, що мають вирішальне значення для досягнення успіху.

Керівники ж із творчим складом розуму придумують нові фактори успіху й нові змінні. Керівниками, які володіють як стратегічним, так і творчим мисленням, рухають підприємницькі прагнення: бачення нового майбутнього фірми. І ті, й інші – «гравці». Керівники зі стратегічним мисленням пускаються в «гру» лише в тому випадку, якщо вона максимально вигідна для фірми. Керівники ж із творчим складом мислення можуть піти на ризик заради хвилюючого відчуття новизни.

Керівники, котрі володіють як стратегічним, так і творчим мисленням, терпимі до невдачі в ситуаціях, коли на ризик ідуть із «розплющеними очима», повністю усвідомлюючи, що попереду можливі всякі несподіванки. Однак вони нетерпимі до тих, хто уникає ризику або йде на ризик «із заплющеними очима». І ті, й інші не вважають поодинокую невдачу підставою для того, щоб відмовитися від повторних спроб іти на ризик.

**Висновки й перспективи подальших досліджень.** Унаслідок всього вищесказаного можна сміливо припустити, що творча, націлена на майбутнє, яка вміє пристосовуватися до нових умов і готова до співпраці, а також зацікавлена в нововведеннях людина – менеджер «креативного типу» зі стратегічним мисленням стане основним типом керівників у найближчі десятиліття. Потрібно зробити акцент саме на співпрацю, яка передбачає відкритий спосіб управління. Важливість розвитку співпраці пов'язана з тим, що значення окремої особистості в організації помітно знижується. Успіх керівника все більше залежить від його здатності змусити функціонувати всі підрозділи фірми разом і домогтися такого положення, щоб люди самі тягнулися до співпраці.

#### *Джерела та література*

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2000. – 215 с.
2. Кузьмин И. А. Психотехнология и эффективный менеджмент / И. А. Кузьмин. – М. : Рос-смен, 2005. – 491 с.
3. Макаренко О. Г. Креативный менеджмент : учеб. пособие / О. Г. Макаренко, В. Н. Лазарев. – Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 154 с.
4. Окорський В. П. Креативний менеджмент : навч. посіб. / В. П. Окорський, А. М. Валюх. – Рівне : НУВГП, 2011. – 211 с.
5. Підвальна О. Г. Менеджер нового покоління / О. Г. Підвальна, Т. Є. Панасюк // house Education and Science s.r.o. IČO : 271 56 877 Frýdlanská 15/1314 , Praha 8 MS v Praze , oddíl C,vložka 100614.

6. Свидрук І. І. Суть креативності та передумови лідерства в креативному менеджменті / І. І. Свидрук // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. пр. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2013. – Вип. 23.11. – 400 с.

**Билецкая Екатерина. Основы формирования лидера как менеджера нового поколения.** В статье рассмотрены основные экономические категории и характеристики развития креативности у лидера на предприятии, описана структура потенциала менеджера креативного типа, обоснована концепция потенциала креативного менеджера, раскрыты факторы успешного формирования креативного лидера.

**Ключевые слова:** лидер, креативность, креативный лидер, потенциал менеджера креативного типа.

**Biletska Katerina. Bases of Forming of Leader as Manager of New Generation.** The principal economic categories and the description of creation development at the enterprise leader are considered in the article, the structure of creative type manager potential is described, the conception of creative manager potential is grounded, the factors of creative leader successful formation are discovered.

**Key words:** economic categories, enterprise leader, manager potential, creative leader.

УДК 005.35:648(043.3)

**Колосок Андрій** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та безпеки підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

## **Теоретичний аспект соціальної відповідальності бізнесу**

У статті здійснено дослідження теоретичних та методичних основ розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу. Розглянуто еволюцію наукових підходів щодо формування корпоративної соціальної відповідальності. Визначено й обґрунтовано роль зацікавлених сторін у стимулюванні запровадження принципів соціально відповідального підходу на вітчизняних підприємствах.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, екологічна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Соціальна відповідальність бізнесу як економічна категорія й досі викликає в українських науковців дискусію щодо її суті, доцільності та методів запровадження. Проте зарубіжний досвід розвинутих країн указує на незаперечні переваги цієї концепції ведення бізнесу та стимулює вітчизняних топ-менеджерів до її впровадження в українських компаніях.

Між тим в Україні відсутня єдина стратегія соціальної відповідальності бізнесу, що зумовлено інертністю державних органів влади, складними соціально-економічними умовами, суперечливими позиціями бізнес-об'єднань і небажанням окремих бізнесменів виділяти кошти на соціальні проекти. Тому проведення наукової та роз'яснювальної роботи щодо переваг соціальної відповідальності є надзвичайно актуальним, особливо в умовах виходу українських підприємств на європейські ринки збуту.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Соціальна відповідальність бізнесу – предмет дослідження таких зарубіжних учених, як П. Друкер [13], С. П. Сесі [14], М. Фрідмен [15], Ф. Хедоурі [11] та ін.

Серед вітчизняних науковців вагомий внесок у дослідження цієї проблематики зробили О. Гоголя [1], Н. Діденко [2], А. Динкін [3], Ф. Євдокимов [4], А. Коноваленко [5], А. Куліш [6], С. Литовченко [7], І. Савченко [9], Є. Суєтенко [10], В. Шаповал [12] та ін.

Незважаючи на значний внесок вищезазначених науковців, і досі залишаються нерозкритими теоретичні аспекти переваг соціальної відповідальності бізнесу в умовах української економіки, а також специфічні її прояви, притаманні вітчизняному бізнесу.

**Формулювання мети й завдань статті. Мета роботи** – дослідження теоретично-методологічних основ соціальної відповідальності бізнесу, систематизація та періодизація наукової думки, розробка власного бачення концепції її розвитку в реаліях українського бізнес-середовища.