

ее на инновационный путь развития.

Необходимо создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства, производящих и реализующих товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта. Важным направлением поддержки малого бизнеса является предоставление его субъектам средств на возмещение затрат, связанных с получением сертификатов соответствия и деклараций о соответствии при обязательном или добровольном подтверждении соответствия требованиям, установленным действующим законодательством под небольшие проценты.

Важной мерой является улучшение делового климата для малого бизнеса. Для реализации данной меры необходимо усовершенствование механизмов имущественной и финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства, а также создание благоприятных условий для их развития. Требуется снижение административных барьеров и создание эффективных условий функционирования рынка товаров, услуг и капиталов. Необходимо обеспечить публичность проводимой инвестиционной политики, обеспечение ясности и прозрачности инвестиционного процесса, открытости и доступности информации, сбалансированности интересов участников инвестиционного рынка. Должны быть сформированы механизмы стимулирования спроса.

Необходимо внедрять улучшенную программу налогового регулирования освобождение от подоходного налога мелких фирм, создаваемых инновационную продукцию и т.д.

Таким образом, комплекс предложенных мер будет способствовать расширению возможностей малого бизнеса.

Дмитрієнко А.І., студ., гр. ЕП-13, Дибенко І.О., студ., гр. ЕП-15-2ск

Науковий керівник: к.е.н., доц. Сисоліна Н.П.

Кіровоградський національний технічний університет

м. Кіровоград, Україна

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

Думка про відповідальність багатства, в основі якої лежала ідея суспільного служіння, здавна була поширена в підприємницькому середовищі. Соціальна відповідальність бізнесу як добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, зв'язаних з основною діяльністю компанії або тими, що виходять за рамки певного мінімуму.

В Україні суспільство змінилося. Покупцю вже мало купити необхідний йому товар, покупець вибирає товар однієї улюбленої фірми. Вибір часто припадає на соціально відповідальні компанії, бо про них говорять, пишуть. Проведені дослідження показали, що за рівних умов споживачі стабільно

віддають перевагу тим виробникам товарів та послуг, які словом й справою проявляють турботу про соціальні аспекти розвитку суспільства.

В Україні соціальна відповідальність бізнесу буде тільки тоді, коли бізнесмени зможуть відкрити свої соціальні програми, займатися «донорством» і відчувати, що їм це вигідно. З іншого боку – економічна ситуація в країні, ступінь розвитку інших секторів (ЗМІ, влада, некомерційний сектор) також повинні сприяти розвитку соціалізації.

Соціальна відповідальність як підхід до справ бізнесу має наступний набір характеристик:

1. Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – це добровільний вибір компанії, в умовах зростання конкуренції й зниження довіри до бізнесу.

2. СВБ - включає всіх членів місцевого суспільства: бізнес, ЗМІ, владу, населення, інвесторів та ін.

3. СВБ - це не засіб вирішення проблем суспільства за рахунок бізнесу, а засіб участі в розвитку того середовища, де працює бізнес [2].

Спонсорство, добродійність, а іноді й пряме фінансування, є найбільш очевидними й простими способами для компанії брати участь у місцевих соціальних ініціативах.

Істотним фактором, що визначив місце й бачення СВБ у діловому середовищі України, є зайва "увага" місцевих органів влади й контролю до особливо активного в соціальній сфері компаніям. Часте вкладення бізнесом коштів у соціальні проекти сприймається владою як чергова схема тінізації прибутку й мінімізації оподаткування.

Традиційно виділяється три способи заохочення СВБ, які використовуються у світі:

- податкові кредити (зменшення ставки податку),
- податкові відрахування (зменшення оподаткованої бази);
- "процентні закони", згідно яким, компанія сама може вибрати, на які потреби піде певна частина податків, які вона платить [2].

Проте розвитку соціальної відповідальності на Україні заважають декілька проблем, вирішення яких має стати пріоритетною метою політики розвинення СВБ на Україні: відсутність будь-яких методів регуляторного заохочення соціально відповідальних компаній; недосконалість правової, податкової політики та системи інформування населення, щодо соціальних стандартів; неповнота інформованості фірм щодо переваг СВБ.

Переваг від дотримання стандартів соціальної відповідальності досить багато. Основні з них: удосконалювання екологічних процесів - ріст продуктивності й доходів; формування репутації компанії - підвищення лояльності клієнтів і цінності бренда; можливість залучати більш кваліфіковані кадри; доступ до нових ринків.

Ефективне керування ризиками - своєчасний і оперативний доступ до інформації і можливість швидко реагувати на критичні проблеми в регіоні.

На запорізькій землі СВБ поступово набуває чітко окреслені межі. Підприємства міста усвідомлюють необхідність соціалізації бізнесу.

Цікавим є дослідження, через соціальне опитування, яке охоплювало декілька соціальних прошарків та різні вікові групи населення міста Запоріжжя. 31% опитуваних відповіли, що саме факт покращення медичних послуг буде найбільш впливовим на їхній вибір. За ці соціальні ініціативи турботу про молодь та піклування про екологію рідного краю, турботу про навколишній стан природи проголосували відповідно 17% та 25% опитуваних. 13% опитуваних не змогли чітко визначити найбільш корисні та цікаві для суспільства соціальні програми. Це свідчить про недостатню інформованість населення щодо питання соціалізації бізнесу [1]. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, яким соціальним ініціативам фірми мають надавати перевагу.

Крім того, ЗМІ повинні більше висвітлювати проблему соціальної відповідальності в Україні, приділяти більше уваги цій темі. Доречно хоч раз на місяць проводити в прямому ефірі не політичні дебати, а розбір якості товарів чи послуг великих фірм (що мають відомі бренди), особливо у сфері харчової продукції. Декілька таких програм з щирим висловлюванням людей, примусять бізнесменів дбати про якість, адже супермаркети не гарантують якість, оскільки є тільки посередниками.

Важливо надати податкові пільги фірмам, які вносять кошти на розвиток соціальних програм суспільства, займаються меценатством чи доброчинністю. Ввести регулярну публікацію рейтингу компаній, що займаються соціальними програмами, щоквартально, та паралельно публікувати рейтинг компаній, що нехтують цими програмами. Рейтинг повинні вести структури незалежні від будь-якого впливу держави чи бізнесу.

Ми вважаємо, що соціальна відповідальність бізнесу стане для України невід'ємною рисою ринкових відносин.

Література

1. Аделькин Ф. Результаты исследования социальной ответственности украинского бизнеса. К.:Блакить. -2005. – 349 с.
2. Рамазанов А. Концепція корпоративної соціальної відповідальності // Проблеми теорії та практики управління, 2007.- С. 38–46.

Долгіх І.В., студ. гр. ОА-14

Науковий керівник: к.е.н., доц. Бугайова М.В.

Кіровоградський національний технічний університет
м. Кіровоград, Україна

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ

За сучасних умов розвитку ринкових відносин інтелектуальна робота, спеціальні знання і комунікації стають факторами досягнення результативності управлінських інформаційних технологій, створення