

Для створення реальних умов для переходу економіки України на інноваційну модель розвитку, державі доцільно, насамперед, звернути увагу на створення механізмів покриття інноваційного ризику. З цією метою на державному рівні необхідно розробити такі заходи:

- 1) створити умови для капіталізації інтелектуальної власності;
- 2) запровадити систему стимулів, яка сприяла б залученню вітчизняних і зарубіжних інвесторів, банків, а також великих підприємств до інвестування засобів в розвиток венчурних (ризикованих) інноваційних фірм і проектів;
- 3) розробити чітку систему надання державних гарантій по кредитуванню перспективних інноваційних проектів.

За умов реформування економіки України перехід на інноваційну модель розвитку означає, насамперед, пошук нових джерел фінансування для активізації інноваційної діяльності, одним з яких буде створення нових господарсько-територіальних утворень, які сприятимуть залученню приватного бізнесу до фінансування науково-дослідних розробок і процесу впровадження нових технологій у виробництво.

Список бібліографічних посилань

1. Наукова та інноваційна діяльність України: статист. зб./відп. за вип. О. О. Кармазіна. Київ, 2016. 257 с.
2. Бондар М. І. Інвестиційна діяльність. Методика та організація обліку і контролю: монографія/М-во освіти і науки України, Держ. ВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Київ: КНЕУ, 2010. 254 с.

Одержано 03.05.2017



УДК 330.341

Анастасія Сергіївна Левченко,

студентка 3 курсу Сумської філії ХНУВС

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Бутенко В. М.

СПЕЦИФІКА ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Соціальна відповідальність виступає невід'ємним елементом у макросистемі людина-держава-суспільство. На сучасному етапі для забезпечення економічного зростання в країні необхідно оптимально поєднати економічну ефективність з соціальною результативністю діяльності бізнесу. Це можливо через налагодження дії такого механізму, як соціальна відповідальність бізнесу (СВБ). В Україні, на жаль, цьому питанню не приділяється належна увага, а відсутність відповідного законодавства, засад та інструментів впливу на СВБ зумовлюють актуальність та необхідність даного дослідження.

Сучасні міжнародні трактування СВБ зорієнтовані в основному на бізнес-структури, тому в акцентується увага на таких речах, як сталий розвиток,

екологічні та соціальні проблеми, етичні норми, розвиток місцевих громад, забезпечення потреб персоналу, побудова громадянського суспільства, турбота про майбутні покоління, споживачів продукції, ділових партнерів, побудова діалогу з суспільством [1].

Через початкову стадію формування соціальної місії бізнесу в нашій державі існує нерозуміння цілісності концепції, апробованих практик та їх корисності. Як і раніше, СВ залишається орієнтованою на найближче коло - державу, власників, персонал та організації, які його представляють. Більш широке коло зацікавлених сторін - місцеві співтовариства, територіальні громади, регіони, постачальники, споживачі практично вилучені з цього процесу. Це відбувається здебільшого через те, що в Україні основними рушійними силами процесів впровадження СВБ є поки що незначна кількість великих компаній, які, проводячи первинне публічне розміщення акцій на міжнародних фондових біржах, змушені приймати умови потенціальних акціонерів, підвищуючи таким чином вартість своїх акцій [2].

Корпоративна соціальна діяльність у вітчизняному бізнесі в багатьох випадках асоціюється із створенням та підтримкою корпоративної репутації компанії та налагодженням необхідних контактів, і замикається на відповідні служби. Як наслідок, перед широкою громадськістю розкривається лише один позитивний бік справ, а не реальна практика з усіма притаманними їй складнощами і проблемами.

У сучасних реаліях українського суспільства тристоронні відносини влади, суспільства і бізнесу щодо соціальної сфери не сприймаються як триєдина модель. За оцінками спеціалістів ООН, найпоширенішими різновидами практик соціалізації бізнесу в Україні виступають такі аспекти діяльності бізнесу: відносини бізнесу з місцевими громадами (благодійність та підтримка соціальних програм, забезпечення освіти членам громади); трудові відносини з працівниками, вплив на навколишнє середовище, управління соціальною відповідальністю бізнесу як елемент корпоративного управління (визначення груп впливу та налагодження діалогу, визначення місії і цілей, включення їх у політику керівництва).

Для українських компаній соціальна відповідальність переважно носить разовий характер, спрямований на покращення репутації, без бажання (часто і можливості) розглядати даний процес як тривалий і безперервний, нарешті, відсутня конструктивна, взаємовигідна взаємодія роботодавців і найманих працівників. Опитування 1221 українських компаній, проведене дослідниками показало, що сучасні вітчизняні бізнес-структури схильні більше покладати турботу про суспільство на державу. На питання, чи згодні компанії з твердженням, що розв'язання соціальних проблем – це функція державних структур, а бізнес повинен тільки забезпечувати власникам (акціонерам) одержання прибутку і платити податки державі, ствердно відповіло 48,8 % компаній. З них абсолютно згодні 17,2 % і скоріше згодні – 31,6 %. Тільки 32,7 % підприємств вважають, що бізнес повинен брати участь у розв'язанні соціальних і екологічних проблем суспільства. Це свідчить про те, що концепція СВБ

у нашій державі порівняно з країнами з розвинутою ринковою економікою та сильною соціальною політикою ще не отримала розвитку та поширення [3].

Для подальшого розвитку соціальної відповідальності вітчизняних компаній необхідно здійснити ряд заходів за такими напрямками:

1) забезпечення сприятливих правових, фінансових, податкових та організаційних умов для розвитку соціального відповідального бізнесу в українському суспільстві;

2) унормування механізмів стимулювання добровільних ініціатив суб'єктів господарювання, що запроваджують політику соціальної відповідальності;

3) забезпечення державної підтримки проведення публічних заходів з питань упровадження та результативності СВБ;

4) широке залучення засобів масової інформації, громадських організацій до формування і запровадження механізмів стимулювання СВБ;

5) сприяння підготовці фахівців із впровадження соціальної відповідальності;

6) проведення навчальних семінарів, тренінгів для підприємців, підвищення рівня обізнаності про СВБ серед органів влади, органів місцевого самоврядування. Реалізація вказаних стратегій дасть можливість досягти економічного, соціального та екологічного ефектів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності окремих компаній і національної економіки в цілому.

Список бібліографічних посилань

1. Ворончак І. Соціальна відповідальність бізнесу як соціально-економічний феномен. Відповідальна економіка. 2009. № 1. С. 90–102. URL: <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/42/3900-socialna-vidpovidalnist-biznesu-yak-socialno-ekonomichnij-fenomen.html> (дата звернення: 27.04.2017).

2. Бутко М., Мурашко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні. Економіка України. 2009. № 7. С. 74–85.

3. Акімова І., Марцінків А., Осінкіна О. Соціальна відповідальність українського бізнесу: результати опитування. Київ: КІТ, 2010. 55 с.

Одержано 03.05.2017



УДК 330.101

Аделіна Станіславівна Федосенко,

студентка 1 курсу Сумської філії ХНУВС

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Сатич В. І.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ

Глобалізація економічних процесів вимагає при визначенні ефективності господарської діяльності врахування трансакційних витрат. В умовах посилення залежності економіки України від світового господарства визначення природи та сутності трансакційних витрат набуває особливої актуальності.