

структура, а також можливість поєднання в одній особі багатофункціонального працівника. Проте в силу своєї специфіки мале підприємництво характеризується низькою конкурентостійкістю, а тому потребують сприяння з боку держави задля забезпечення внутрішньої стабільності та саморозвитку. До основних проблем малого підприємництва й наразі відносяться проблеми розвитку та підтримки останнього: нерозвиненість інфраструктури підтримки малого підприємництва, організаційні проблеми взаємодії малого бізнесу з державними структурами, адміністративні бар'єри на шляху розвитку малого підприємництва, недосконалість фінансово-кредитної системи підтримки малого підприємництва. Сьогодні найбільш актуальним державним завданням є створення ефективного механізму підтримки та стимулювання розвитку малого підприємництва в Україні, в якому фінансова підтримка – це лише одна із складових, причому не найбільш пріоритетна. А це, в свою чергу, зумовлює необхідність формування відповідної нової методології, яка повинна враховувати, що на відміну від розвинутих країн, основна роль національних малих підприємств не соціальна, а інноваційна. Тобто, малі підприємства, які створюються, повинні сьогодні орієнтуватись на забезпечення трансформування новацій (новинок) в інновації, на комерціалізацію науково-технічних розробок [2].

Література:

1. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва», 2019. URL: [2020/12/2_State_Statistics_Service_of_Ukraine_Activity_of_entitis_2019.pdf](#)
2. Медведєва О. М. Особливості малих інноваційних підприємств в аспекті управління проектами та концепції корпоративної соціальної відповідальності. *Управління проектами та розвиток виробництва*: зб. наук. пр. Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля. 2009. № 3 (31). С. 120–130. URL: <http://www.pmdp.org.ua/images/Journal/31/09momksv.pdf>

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛADOVA РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Напольських К.О.

*Науковий керівник: Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сталий розвиток і довгострокова конкурентна стійкість соціально відповідальних підприємств забезпечується якістю управління, обізнаністю вищого керівництва і прийняттям управлінських рішень на основі принципів соціальної відповідальності і імплементації цих технологій у стратегічний розвиток. Активна реалізація перспективних соціальних проектів, проведення ефективних соціальних заходів забезпечують розбудову держави, сприяють добробуту і підвищенню якості життя населення України [1].

Сьогодні соціальна відповідальність в своїй еволюції проходить ряд етапів розвитку та постає інноваційним вектором в розвитку підприємництва України, а тому вивчення і пошук шляхів вирішення проблем взаємодії влади, бізнесу і суспільства ставить проблему забезпечення розвитку підприємницької діяльності на якісно новий рівень. Сучасний суб'єкт підприємницької діяльності – це цілісний, комплексний, і пов'язаний з багатьма соціально–економічними агентами об'єкт, що еволюціонує. Саме зараз соціальна відповідальність бізнесу є актуальним напрямком розвитку підприємництва. Це пов'язано з рядом причин: глобалізація; організація стає більш відкритою системою, а значить вона піддається впливу зовнішнього середовища і має реагувати на запити зовнішньої середовища; робітники змінилися; споживачі змінилися; тиск інвесторів. Спостерігається чітка тенденція, коли інвестори, перед тим як інвестувати діяльність, вимагають інформацію про корпорацію: конкурентна спроможність, турбота про навколишнє середовище, соціальну відповідальність тощо [2].

До трьох основних показників оцінки вигід для бізнесу, пов'язаних з участю компаній в соціальних програмах відносяться: показник окупності інвестицій, що спрямовані на соціальні програми; показник ефективності благодійної допомоги й інших соціальних програм у порівнянні з ефективністю реклами, стимулюванням продажів та ін.; показник процесу реалізації соціальних програм [3].

Зокрема, одним із найбільш важливих чинників впливу на ринок попиту, як показують численні дослідження, в сучасних умовах виступає імідж підприємства як соціально відповідального. Разом з тим, названі параметри загалом можуть розглядатися як чинники збалансованого розвитку підприємства [4].

Сьогодні в діловому співтоваристві склалася стабільна група компаній, які реалізують принципи і інтегрують соціальну відповідальність, як проектну діяльність в систему стратегічного управління, керуючись міжнародними вимогами і стандартами, використовуючи при цьому соціальні інвестиції як критерій ефективності.

Соціальна відповідальність (СВ) передбачає необхідність сучасної концепції, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності. СВ передбачає відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, а також гармонійне співіснування взаємодії та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем [5].

До питання підвищення соціальної відповідальності потрібно підходити як на загальнодержавному, так і на мікрорівні.

До внутрішньо регіональних аспектів питання можна віднести: економічний потенціал регіону; ступінь концентрації капіталу в регіоні; галузеву структуру економіки регіону; наявність та рівень розвитку асоціацій

представників бізнесу; ступінь залучення регіону у міжнародні економічні відносини; рівень соціально–економічного та культурного розвитку регіону; рівень забезпеченості населення об'єктами соціальної інфраструктури; рівень розвитку громадянського суспільства; екологічну ситуацію в регіоні; специфічні проблеми конкретного регіону (суспільно-політичні та етнічні конфлікти, криміногенна ситуація, природні і техногенні катастрофи).

Держава в цілому зацікавлена в розвитку соціально відповідального підприємництва, адже це веде за собою покращення умов праці, рівня життя, вирішення певних проблем регіону. Тому загальносвітовою є практика щодо стимуляції подібної діяльності підприємств. Але, оскільки соціально відповідальний бізнес є взаємовигідним явищем (з одного боку, підвищує конкурентоспроможність підприємства, з іншого – покращує економічні та соціальні показники держави), то теоретично можливий і зворотній рух ініціативи: не від владних структур до суб'єктів господарювання, а навпаки. У випадку сучасної України, подібна інверсія стала б в нагоді з іншими антикризовими заходами на кшталт інвестицій в провідні сфери економіки.

Література:

1. Власова К. В. Корпоративна соціальна відповідальність – основа інноваційного розвитку підприємств АПК України. *Економічний аналіз*. Тернопіль. 2018. Том 28. № 3. С. 247–251.
2. Башарина Е. Н. Корпоративная социальная ответственность в системе управления организацией: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Моск. гос. ун–т им. М. В. Ломоносова, 2008. 194 с.
3. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. URL: <http://www.brc.undp.org.ua>.
4. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2009. № 3. С. 61–74.
5. Шутаєва О. О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. № 273. С. 73–78. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/93113>

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Остапенко Л.О.

*Науковий керівник: Онісіфорова В.Ю., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасна світова економіка характеризується високим рівнем глобалізації. Цей процес можна розглядати як позитивний, який сприяє розвитку національної економіки за рахунок активізації міжнародної торгівлі та переміщення капіталу та інвестицій. Однак разом з позитивними є і негативні ефекти глобалізації, бо національні економіки стають все більш вразливими не