

Главное в управлении дебиторской задолженностью – создание четких правил, которых организация будет строго придерживаться. Важно, чтобы эти правила были понятны не только менеджерам компании, но и ее клиентам и партнерам. От рациональной организации и контроля за состоянием дебиторской задолженности в современных условиях во многом зависит платежеспособность организации, ее финансовое положение и инвестиционная привлекательность.

Список использованной литературы

1. Управление дебиторской задолженностью компании // [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://normativka.by/social/08-11-2013/>, Дата доступа 08.04.2018.

2. Списание дебиторской и кредиторской задолженности // [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/pri-spisanii-debitorskoi-i-kreditorskoi-_0000000, Дата доступа 08.04.2018.

3. Срок исковой давности по дебиторской задолженности // [Электронный ресурс] Режим доступа: http://nalog.ru/buhgalterskij_uchet/vedenie_buhgalterskogo_ucheta/srok_iskovoj_davnosti_po_debitorskoj_zadolzhennosti, Дата доступа 08.04.2018.

УДК 330:3

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВА

Биловол Р.И., к.э.н., доцент, Зернюк Е.В., к.т.н., доцент

Полтавский национальный технический университет имени Юрия Кондратюка, г. Полтава

Тетеринец Т.А., к.э.н., доцент, Логвинович Н.А.

Белорусский государственный аграрный технический университет, г. Минск

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, конкурентный потенциал, государство

Key word: social responsibility, business, competitive potential, state.

Аннотация: В Европе социальная ответственность бизнеса является частью стратегии развития государств. Социальная ответственность аграрного и промышленного секторов национальной экономики является движущей силой устойчивого развития, поскольку прямо связаны с производством пищевых продуктов, необходимых для обеспечения достойного

уровня жизни населения страны, формирование внутренней безопасности. Поэтому повышение социальной ответственности субъектов аграрного и промышленного бизнеса обеспечит повышение конкурентного потенциала предприятий и развитие экономики государства в целом.

Summary: In Europe, the social responsibility of business is part of the development strategy of States. The social responsibility of the agricultural and industrial sectors of the national economy is the driving force of sustainable development, as it is directly related to the production of food products necessary to ensure a decent standard of living of the population, the formation of internal security. Therefore, the increase of social responsibility of the subjects of agricultural and industrial business will increase the competitive potential of enterprises and the development of the economy of the state as a whole.

Введение. Социальное направление экономического развития является на сегодняшний день основополагающим критерием эволюционных процессов в экономике европейских стран. С середины XX века предметом дискуссий и практических действий во многих цивилизованных странах мира становится социальная ответственность бизнеса. Она является важной составной частью эффективного управления любым предприятием.

Повышение социального статуса предприятий, а также улучшения их деловой репутации в условиях рыночной экономики является предпосылкой оптимизации его экономических и адаптационных характеристик по отношению к национальному и глобальному экономическому среде. Формирование данного направления развития деятельности бизнеса эффективно и возможно только при применении взвешенной и планируемой стратегии, которая должна внедряться уполномоченными лицами предпринимательской организации.

Важной составляющей данного направления является реализация социальных и экологических программ, направленных на решение проблем занятости, социального страхования и пенсионного обеспечения, предоставления социальных гарантий различным слоям населения, защиты окружающей среды.

Наиболее заметный вклад в современную теорию социальной ответственности бизнеса и исследование понятий, связанных с ней, осуществили отечественные исследователи: А.Ю. Березина, Н.В. Водницкая, Л.А. Грицина, А.М. Колот, А.В. Степанова, Н.А. Супрун, Е.В. Мишенин, С.В. Мельник, И.М. Царик и другие.

Основная часть. Социальная ответственность бизнеса наиболее распространена среди развитых стран Европы. В Европе социальная ответственность бизнеса является составляющей стратегий развития государств. В одних странах она интегрирована в государственную политику (Дания,

Франция, Финляндия, Швеция), в других – является прерогативой крупных компаний (Греция, Ирландия, Нидерланды, Словения). Именно поэтому большинство стран ЕС уже разработали и разрабатывают национальные стратегии социальной ответственности.

Необходимость развития социально ответственного бизнеса в Украине обусловлена рядом различных факторов:

- низкий уровень корпоративной культуры и, как следствие, финансовая и экономическая слабость значительной доли субъектов в Украине, деятельность которых ориентирована на выживание;

- правовой нигилизм и деформация правового сознания, стремление обойти закон, а не соблюдать его;

- низкий уровень осознания обществом роли бизнеса за сравнительно непродолжительную его современную историю и практику реализации им собственной социальной ответственности;

- непонимание бизнесом и обществом основных задач и механизмов реализации социально ответственного бизнеса через терминологическую (нормативную) неопределенность;

- закрытость большинства украинских субъектов хозяйствования для широкой общественности, детальные сведения о деятельности являются закрытой информацией для внутреннего пользования; б) дисбаланс составляющих реализации политики социальной ответственности украинскими компаниями и тому подобное [1].

В Украине на данный момент существуют тенденции к ведению социально ответственного бизнеса и реализации особо благотворительной деятельности. Большинство украинских бизнес-компаний не понимает, что такое социальная ответственность, а следовательно, не направляет свою деятельность в этом направлении. Поэтому особенно важным является понимание понятия социальной ответственности. Социальная ответственность – это ответственность организации за влияние ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, здоровью и благосостоянию общества [2, с. 179].

Конечно, большинство предприятий нуждается в регулировании со стороны государства относительно внедрения в своей работе принципов социальной ответственности. Поскольку социальная ответственность является полностью добровольным и для внедрения ее на предприятиях, целесообразно вводить систему поощрения для отечественных предпринимателей, что мотивировала бы их придерживаться принципов социальной ответственной деятельности. Для обозначения главных аспектов деятельности предприятий, которые желательно подчинять принципам социальной ответственности, к разработке отечественных стандартов можно по-

заимствовать уже существующие, проверенные опытом мировых организаций и компаний. Сюда предлагаем отнести следующие направления деятельности как: образовательные мероприятия, финансовая поддержка спортивных и культурных событий, мероприятий для детей и молодежи, благотворительность, улучшение качества продукции, поддержание здоровья работников и улучшения условий труда, тренировки, обучения работников [3, с. 14].

Для популяризации социальной ответственности бизнеса в Украине необходимо принять и конструктивно доработать действующее нормативно-правовое обеспечение социальной ответственности бизнеса. В законах Украины «О социальной ответственности», «О социальном предпринимательстве», принять соответствующие подзаконные акты и государственные стандарты органического производства, которые в законодательном порядке значительно улучшат деятельность предприятий при реализации социальной ответственности бизнеса [4, с. 85–96].

На формирование социальной ответственности бизнеса в Украине влияет ряд факторов:

- структура экономики (преобладание отраслей тяжелой промышленности);
- иностранные инвестиции (международная практика);
- неэффективная система социальной защиты (содержание детских садов, домов отдыха;
- поддержка сфер здравоохранения и образования);
- тяжелый регуляторный груз (сокрытие реальных доходов, «теневая» занятость);
- отсутствие институциональной поддержки (отсутствие правительственного органа, который мог бы внедрять инструменты, стандарты и методики реализации политики социальной ответственности и развитой сети неправительственных организаций, которые бы могли поддерживать деятельность по социальной ответственности);
- трудовое законодательство (многочисленные нарушения существующих норм и требований законодательства, характерен высокий уровень безработицы, низкая занятость женщин на рынке труда) [5, с. 337].

Заключение. Таким образом, государственное стимулирование распространения принципов социальной ответственности бизнеса будет иметь позитивное влияние на повышение уровня благосостояния общества. Последствия для стран, которые игнорируют и не используют принципы социальной ответственности могут быть негативными. Это может привести к увеличению налогового бремени и снижению уровня конкурентоспособности государства. Принципы социальной ответственности бизнеса и ее действия, происходящие на предприятиях, в гармонии с про-

изводственной деятельностью должны быть обязательными элементами современного менеджмента.

Ориентация Украины на социальное управление бизнесом, без которого невозможна успешная интеграция Украины в мировую экономическую систему, ставит перед отечественными предприятиями новые задачи, важность которых зависит именно от социальной ответственности: на государственном уровне – ответственность перед обществом, предприятием и перед каждым человеком; на предпринимательском уровне – ответственность перед государством, своим коллективом и потребителями.

Список использованной литературы

1. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_u_svb_v_ukrayini.pdf.

2. Галушка З. І. Організаційний механізм соціально відповідального бізнесу / З. І. Галушка, В. Ю. Грунтковський // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 6. – С. 178–183.

3. Гражевська Н. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в умовах загострення глобальних проблем сучасності [Текст] / Н. Гражевська, А. Мостепанюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – № 12 (177). – 2015. – С. 12–17.

4. Король С. Я. Нормативні документи із соціальної відповідальності бізнесу / С. Я. Король // Економіка України. – 2013. – № 9. – С. 85–96.

5. Сивак О. Б. Соціальна відповідальність в підприємницькій діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід / О. Б. Сивак // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – Вип. 1 (22). – С. 333–338.

УДК 658.811

ОСОБЕННОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Бондарь С.В., к.э.н.

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: стимулирование сбыта, ассортимент товара, маркетинговые коммуникации, рынки и каналы сбыта

Key words: sales promotion, product range, marketing communications, markets and distribution channels