

природних ресурсів як наслідок суцільної комерціалізації суспільного життя, лібералізацію світової торгівлі та введення у зв'язку з цим політики обмежень, пов'язаних з правовими вимогами, надмірний рівень зовнішньої заборгованості та фінансову залежність країн, відсутність доступу країн, що розвиваються, до новітніх технологій і свободи вибору економічної політики.

Аналізуючи економічну ситуацію в Україні, слід відмітити, що для неї характерні такі негативні фактори, як непродуктивна праця, непродуктивні видатки, велика енергоємність. У провідних сферах економіки, таких, як машинобудування, у тому числі військового, вихід продукції на зовнішні ринки має відбуватись по системі преференцій та фінансової підтримки для підприємств даної галузі. Це стосується як доступності кредитів, так і експортного страхування. Безперечним є необхідність втручання держави в економіку, яке може відбуватись через перегляд бюджетів усіх рівнів з метою скорочення витрат та формування коштів для виплати безробітним; визначення умов, процедур та механізмів надання державних гарантій з метою допомоги галузям та підприємствам, які знаходяться в кризі; встановлення обмежень на максимальний розмір соціальних виплат; проведення швидкої та масштабної дерегуляції підприємницької діяльності, зниження адміністративних бар'єрів у сфері ліцензування, дозвільній системі, технічному регулюванні тощо; стимулювання українського експорту інструментами, які дозволені СОТ, наприклад зниження експортного мита, розробка програм кредитування та страхування експорту; активізацію політики на ринку праці, у тому числі розширення системи перекваліфікації та підвищення кваліфікації, сприяння міжрегіональній міграції.

Обов'язковим є процес покращення інвестиційного клімату та умов ведення бізнесу, надання власникам більше прав щодо розпорядження своєю власністю, проведення радикальної дерегуляції ведення бізнесу, радикального спрощення оподаткування, підвищення ефективності використання бюджетних коштів. В умовах глобальної кризи роль якості і, перш за все, менеджменту, орієнтованого на якість, суттєво підвищується, тому держава повинна створювати механізми мотивації та умови, які сприятимуть постійному вдосконаленню національних компаній. До першочергових завдань належить навчання керівників вищої ланки державного управління світовому досвіду вдосконалення, орієнтованого на високу конкуренцію, створення механізмів мотивації організацій до постійного вдосконалення, формування і підтримки інфраструктури сприяння вдосконаленню, створення системи узагальнення та розповсюдження найкращої практики вдосконалення.

Література: 1. Марченко С. М. Індикатори боргової безпеки України / С. М. Марченко // Фінанси України. – 2003. – № 12. – С. 9–15. 2. Біленко Т. І. Міжнародні аспекти економічної кризи 2008 – 2009 років / Т. І. Біленко // Матеріали V науково-практичної конференції "Проблеми міжнародного бізнесу в умовах економічної кризи". – К., 2009. 3. Пасічна О. Ю. Структурний підхід до формування до зовнішньоекономічної стратегії держави в умовах глобалізації / О. Ю. Пасічна // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2009. – № 3. – С. 17–27. 4. <http://www.ukrstat.gov.ua/> 5. External debt statistics: guide for compilers and users. – Washington, D.C. : International Monetary Fund, 2003. – 309 p. 6. Барановський О. І. Фінансова безпека / О. І. Барановський // НАН України. Інститут економічного прогнозування. – К. : Фенікс, 1999. – 338 с. 7. poupar.com.ua/business. 8. Мировое экономическое положение и перспективы по состоянию на середину 2008 года // ООН. Экономический и Социальный Совет. – Е/2008/57. – 12 мая 2008 г.

Рецензент
канд. екон. наук,
професор Піддубний І. О.

Стаття надійшла до редакції
31.05.2010 р.

УДК 316.334.23:332

Євсєєва О. О.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЧИННИК РОСТУ ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Анотація. Розглянуто соціальне підприємництво як важливий чинник росту потенціалу господарського розвитку регіонів, пріоритет стратегії їх соціально-економічного розвитку. Обґрунтовано положення про те, що соціальне підприємництво вимагає серйозних наукових досліджень, а Україні слід піти шляхом його визнання.

Анотация. Рассмотрено социальное предпринимательство как важный фактора роста потенциала хозяйственного развития регионов, приоритет стратегии их социально-экономического развития. Обосновывается положение о том, что социальное предпринимательство требует серьезных научных исследований, а Украине следует пойти по пути его признания.

Annotation. The development of social enterprising as an important factor of growing of the potential of the regions economic and the priority of the strategy of their socio-economic development are studied. It is suggested that social enterprise requires serious scientific researches and Ukraine should take the way of its recognition.

Ключові слова: соціальне підприємництво, стратегія, соціально-економічний розвиток, регіон, пріоритет, потенціал.

Розвиток соціального підприємництва виступає важливим чинником росту потенціалу господарського розвитку регіонів України, є пріоритетом стратегії їх соціально-економічного розвитку [1].

Ідея соціального підприємництва є дуже актуальною для нашого часу, сполучаючи соціальну місію організації з властивою бізнесу дисципліною, інновацією та рішучістю. Наш час дозрів для того, щоб вирішувати соціальні проблеми підприємницькими засобами. Тим паче, що добродійні організації виявилися далекі від передбачуваних стандартів їх функціонування, а велика частина інститутів соціальної сфери все частіше розглядаються як нерезультативні, неефективні. Соціальні підприємці, на думку Д. Г. Діза [2], потрібні для того, щоб створити нові моделі соціально значущої діяльності "для нового століття".

Широким і ґрунтовним є визначення термінів, пов'язаних з соціально підприємницькою діяльністю, теоретиком соціального підприємництва Д. Г. Дізом (J. Gregory Dees). У своїй статті "The meaning of social entrepreneurship" (2001) [2], яка є частиною аналітичної праці "Enterprising Non Profits" (1998), учений визначає місце соціального підприємництва у сучасному світі та описує соціальних підприємців як таких, які грають роль генератора змін у соціальній сфері. Їм він приписує характерні риси та вміння, саме вони, на його думку, діють таким чином: визначають місію, спрямовану на створення та підтримку соціальних, не лише матеріальних цінностей; постійно шукають і відшукують нові можливості виконання місії; постійно залучають "навчання до процесу навчання", використовують нововведення та інновації; діють сміливо, не обмежуючись наявними на даний момент ресурсами; демонструють високий рівень відповідальності за своїх клієнтів і результати діяльності.

Слід зазначити, що визначені та описані Д. Г. Дізом види діяльності у своєму поєднанні унікальні та певною мірою ідеалізують соціальних підприємців. Лідерам соціальної сфери тією чи іншою мірою властиві наведені риси, але не всі вони є

соціальними підприємцями. Та і не всі мають бути ними, тими, хто готовий прийняти виклик і реалізувати можливості ринкової економіки. Ясно одне: соціальні підприємці потребують ефективно, інноваційно та винахідливо використовувати маркетингові технології, що діють для суто бізнес-підприємств. І це не все. Вони повинні притягати та використовувати ресурси інших для досягнення своїх соціальних цілей, чи то фінансові ресурси, чи то волонтерська праця, чи то державна програма підтримки.

Орієнтація України на вступ до ЄС передбачає необхідність реалізації цілого ряду вимог, серед яких найважливішими є подолання різкого розмежування в доходах населення, досягнення високого рівня зайнятості як умови підвищення якості життя пересічних громадян, підвищення ступеня соціальної захищеності найбільш уразливих груп і всього населення, забезпечення широкого обсягу економічних і соціальних прав громадян. Як показує досвід розвинених країн одним із механізмів досягнення цієї мети є розвиток соціального підприємництва. Справа в тому, що перехід до постіндустріального, інформаційного суспільства приводить до корінних змін у сфері праці, зокрема трудових відносин. Певний час існуватимуть паралельно стара система виробничо-трудових відносин з гарантованою оплатою праці, нормованими процесами та водночас розвиватиметься нова система, яка функціонуватиме завдяки інформаційним технологіям, що дозволить ефективніше вирішувати виробничі проблеми та позбавитися від багатьох обмежень, які накладають на них індустріальні виробничі відносини. Тому актуальність стає використанням на практиці такої інноваційної для нашого суспільства соціальної технології, як соціальне підприємництво. А недостатня наукова розробка, теоретична та практична значимість окреслених питань, недосконалість законодавчої бази, ускладнення умов працевлаштування, зростання безробіття та інші фактори зумовлюють актуальність даної теми [3].

Метою проведеного автором дослідження стала спроба знайти відповіді на такі запитання: Що ж таке соціальне підприємництво? Які причини популярності соціального підприємництва? Чи така вже й нова ідея соціального підприємництва?

Деякі вчені, у тому числі й Д. Г. Діз, пропонують розширити трактування соціального підприємництва, при якому часто ігнорується розмежування, що склалося раніше, між прибутковою і неприбутковою діяльністю, оскільки розмивання міжсекторних меж є відмінною рисою соціального підприємництва. Окрім неприбуткових венчурних організацій соціальне підприємництво нерідко включає і прибуткові організації соціального призначення – такі, як банки розвитку місцевих співтовариств, а також "гібридні" організації, що містять прибуткові та неприбуткові підрозділи. Автор з цим згоден, оскільки до перегляду меж прибуткової та неприбуткової діяльності зобов'язує само поняття соціального підприємництва, яке припускає об'єднання особливостей бізнесу з рисами некомерційної неприбуткової організації. У той же час розмивання меж не означає ігнорування специфіки цього явища та віднесення до соціального підприємництва будь-якої діяльності з реалізації соціальних проєктів, чи то добродійність, чи то так звана "міжсекторна взаємодія" держави, бізнесу та некомерційних організацій.

Термін "підприємництво" ("entrepreneur") виник у Франції в XVII – XVIII ст. Його введення в обіг пов'язане з ім'ям французького економіста XVIII ст. Р. Кантільона. У його розумінні підприємництво пов'язане з ризиковим характером прибуткової діяльності, здатне стимулювати економічний прогрес за допомогою пошуку нових і кращих шляхів реалізації своєї справи. Ж.-Б. Сей вказував на економічну ефективність підприємця, що переводить економічні ресурси зі сфери низької у сферу високої продуктивності. Визнаним класиком теорії підприємництва вважається Йозеф Шумпетер, який у своїй книзі "Теорія економічного розвитку" пише про те, що головна функція підприємця полягає в тому, щоб бути інноватором, здійснювати нововведення та тим самим бути провідником економічного розвитку. Проте, на відміну від попередників, для Шумпетера прибутковість підприємництва була слабо пов'язана з особистою вигодою підприємця, а швидше служила засобом оцінки результату.

Пітер Друкер стверджував, що "підприємництво припускає управління, відмінне від існуючого" [4]. При цьому Друкер зовсім не вважав будь-який розвиток бізнесу підприємництвом. Розширення бізнесу може бути рутинним процесом, не зв'язаним з перетворенням і новаторством. Також він не вважав значущою рисою підприємництва прибутковість діяльності.

Серед перших організацій, що перетворюють соціальне життя співтовариств, були церкви та пов'язані з ними групи, торгові асоціації, професійні товариства, цивільні організації, молодіжні організації, братерства, таємні товариства або ордени, етнічні співтовариства, сусідські громади, екологічні групи, а також всілякі клуби.

Соціальне підприємництво як практична діяльність, що інтегрує процес отримання економічної та соціальної вигоди, стало активно себе проявляти у другій половині XX ст. Особливо виділимо час появи соціального підприємництва як практичної діяльності.

На думку автора, час появи соціального підприємництва як практичної діяльності саме у другій половині XX ст. пояснюється тим, що в цей час соціальна сфера займає помітне місце в національних економіках. Цей процес не обійшов стороною і Україну.

Соціальна сфера є частиною економічної системи, функціональним призначенням якої є надання послуг соціального характеру. У даному випадку поняття "сфера" слід розглядати як сукупність видів економічної діяльності, які мають чітко виражену спільність функцій, особливе призначення у громадському розподілі праці та ряд рис, які істотно відрізняють ці види економічної діяльності від матеріального виробництва, зокрема: здебільшого збіг стадій виробництва та споживання, наявність безпосереднього контакту із споживачем, орієнтація на індивідуального споживача або суспільство в цілому, локальність споживання через неможливість транспортування та накопичення послуг.

Складні завдання, які стоять перед економікою України нині, вимагають впровадження нових технологій обслуговування та вдосконалення структури соціальної сфери, пошуку на цій основі шляхів підвищення ефективності її функціонування, оптимальних управлінських рішень і активної соціальної політики [5]. В основі реалізації активної соціальної політики має лежати комбіноване використання державою механізмів і методів різного типу, розрахованих на: прискорення адаптації до ринкової системи працездатних громадян (у тому числі працюючих), здатних отримати гідну оплату праці; зміцнення гарантованої соціальної захищеності для непрацездатних і соціально слабких, таких, що не мають можливості підтримати своє існування в ринковому конкурентному середовищі без допомоги держави; розширення інвестицій у "людський капітал" – здоров'я, освіту, підготовку кадрів, виховання підростаючого покоління, культуру та інформатику, науку, екологію.

Ідея соціального підприємництва не така вже і нова, а причини популярності соціального підприємництва криються в підвищенні значущості соціальної сфери в національних економіках. І саме це змушує підприємців замислитися про те, яким чином забезпечити ефективне функціонування свого капіталу в галузі, що динамічно розвивається, має безперечні позитивні трендові тенденції. Робота в соціальній сфері дозволяє бізнесу отримувати хороші політичні дивіденди, підвищити свій імідж і його оцінку з боку суспільства. Проте, незважаючи на те, що переваги, які дає соціальне підприємництво, є зрозумілими багатьом, його реальне значення та специфіка недостатньо досліджені. В умовах зростаючої популярності соціальне підприємництво означає різне для різних людей. Це обумовлено як відносною новизною терміна, так і різноманітністю соціальних ініціатив, які розрізняються за масштабами, цільовими групами та країнами. Для значної частини аудиторії соціальне підприємництво асоціюється виключно з неприбутковими організаціями, що відкрили які-небудь прибуткові підприємства. Інші розуміють під соціальним підприємництвом неодмінно неприбуткові організації. Треті вважають його різновидом соціальної відповідальності бізнесу, що реалізовує соціально значущі програми через незалежні організаційні структури [2].

У зв'язку з ростом популярності термін "соціальне підприємництво" набув в останні 5 років в українській науці таке широке коло значень, що став вживатися практично у будь-якому контексті, як тільки мова заходить про соціально корисну діяльність. Таке розширене трактування шкодить самому явищу, оскільки якщо під вивіскою соціального підприємництва виявиться надто багато непередприємницьких по суті і, можливо, неефективних організацій, явище виявиться дискредитованим. І тоді привабливість соціального підприємництва може бути загублена як для підприємців з точки зору заниженої оцінки їх діяльності з боку суспільства, так і для споживачів послуг соціального підприємництва. На думку автора, ключовим словом у визначенні категорії соціального підприємництва є "підприємництво", а "соціальність" відіграє лише модифікуючу роль. Ключові властивості всякого підприємництва – створення цінності (у результаті переміщення активів у сферу вищої продуктивності; творча зміна як перетворююча діяльність; використання можливостей). Проте усе це рівною мірою стосується як підприємництва, так і соціального підприємництва, кожне з яких пропонує нову цінність (благо), долаючи сталу рівновагу.

Основна відмінність, на думку автора, лежить не у площині мотивації, а у сфері характеристик виробленої цінності (послуг). У разі звичайного підприємництва – це ринкова цінність, яка може бути виражена в категорії доходу та прибутку. У разі соціального підприємництва – це цінність, що виражається в перевазі, яку отримує значуща частина суспільства або суспільства в цілому від зроблених соціальним підприємцем істотних змін. При цьому цільовими групами, яким призначена "цінність", служать переважно найменш захищені та найменш благополучні верстви населення, що не мають фінансових ресурсів для досягнення отримуваної в результаті змін цінності власними силами.

Розвиток соціального підприємництва вимагає серйозних наукових досліджень, оскільки вони виявляють чинники його розвитку та ефективності, обмеження, пов'язані як з невивченістю самого феномену соціального підприємництва, так і середовища, в якому воно здійснюється.

Якщо допустити, що на окремому підприємстві конкретного населеного пункту проблеми соціального партнерства успішно вирішуються, то подібна ситуація не означатиме автоматично добробут усього населення цього населеного пункту. Проблема можна вирішити, тільки піднявшись над масштабами конкретного підприємства, оцінюючи соціальне партнерство з позицій міста, села, селища, тобто суб'єктів місцевого самоврядування.

У таких умовах саме органи місцевої влади повинні зіграти ключову роль у побудові стабільного та ефективного зв'язку між бізнесом і суспільством у вирішенні соціальних проблем останнього на принципах добровільності та взаємовигоди. У такому разі бізнес має від виконання принципів соціальної відповідальності такі вигоди, як: забезпечення громадської репутації організації; зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів і послуг; підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу; можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці; відповідність нормам і стандартам розвиненої економічної спільноти; можливість формування партнерських відносин з владними структурами, громадськістю та ЗМІ. А суспільство також отримує переваги: можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою та громадськістю; можливість надання адресної екстреної допомоги громадянам, які її потребують; удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення; можливість залучення інвестицій у визначені громадські сфери; можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів, розвиток соціальної та творчої активності населення, збереження та використання інтелектуального ресурсу на потреби держави та регіону.

Отже, у результаті дослідження можна зробити такі висновки:

Упровадження соціального підприємництва є реальним механізмом для вирішення соціальних проблем. Ми визначаємо соціальне підприємництво як можливість часткового й динамічного вирішення на місцевому рівні гострих проблем найбільш уразливих прошарків населення, які не під силу вирішити державі, а також включення в економічну діяльність тих підприємств, які ставлять за мету не лише одержання прибутку, заради збагачення, накопичення капіталу, а його спрямування на підтримку уразливих груп населення, зменшення безробіття завдяки створенню нових робочих місць.

Соціальне підприємництво як відносно нове явище в українській практиці повинно більш активно використовуватися урядом країни як один з інструментів вирішення соціально-економічних проблем суспільства. Воно повинно бути направлене на поліпшення умов життя людей у віддалених регіонах за допомогою виробництва необхідних товарів і послуг; надання послуг у таких сферах, як охорона здоров'я, працевлаштування, освіта, захист навколишнього середовища, забезпечення житлом і т. д.; обслуговування та соціальну адаптацію незахищених груп населення (інваліди, безробітні, національні меншини). Розвиток соціального підприємництва – це "міст" між суспільними та комерційними інтересами, який необхідний для соціального благополуччя й ефективного вирішення соціальних цілей суспільства.

Розвиток соціального підприємництва виступає важливим чинником росту потенціалу господарського розвитку регіонів, національного господарства України в цілому.

Україні слід піти шляхом визнання соціального підприємництва як ефективного засобу досягнення стійкого розвитку суспільства й економіки, а самих соціальних підприємців – як лідерів перетворень. Соціальним підприємцям необхідно надавати підтримку з боку держави – фінансову, інформаційну, консультативну. Таланти людини по-справжньому розкриваються та розвиваються лише тоді, коли вони потрібні суспільству. Необхідно також надати певну платформу для діалогу між бізнесом і соціальним сектором. Соціальне підприємництво виникає та діє при зустрічі ідей і капіталу. Потрібне формування нового типу підприємців в Україні – соціальних новаторів. Вигода очевидна для всіх, проте на сучасному непростому етапі розвитку економіки соціальне підприємництво необхідно розвивати та підтримувати.

Література: 1. Тен В. В. Экономические категории качества активов коммерческого банка : монография / В. В. Тен, Б. И. Герасимов, А. В. Докунин. – Тамбов : Изд. ТГУ, 2002. – 104 с. 2. Шапкин А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управления, портфель инвестиций : монография / А. С. Шапкин. – М. : Корпорация "Дашков и К", 2003. – 544 с. 3. Зміни до Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні, затверджені Постановою Правління Національного банку України від 10 вересня 2009 р. № 541. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 5 жовтня 2009 р. за № 928/16944 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nbn.gov.ua. 4. Буздалин А. В. Экспертиза значимости обязательных нормативов / А. В. Буздалин // Бизнес и банки – Апрель, 2000. – № 17. 5. Інструкція НБУ "Про порядок регулювання та діяльності банків в Україні", затв. постановою Правління НБУ № 368 від 28.08.2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nbn.gov.ua. 6. www.bank.gov.ua.

Рецензент
докт. екон. наук,
професор Дороніна М. С.

Стаття надійшла до редакції
17.01.2011 р.