

2. Внесення на розгляд Верховної Ради України проекту Закону України про внесення змін до Податкового кодексу України, яким передбачити, зокрема:

- включення до Єдиного державного реєстру інформації про суб'єктів господарювання, яка міститься у реєстрах, ведення яких покладено законодавством на органи державної податкової служби;
- скасування необхідності отримання довідки про взяття на облік платника податків, свідоцтва платника податку на додану вартість, свідоцтва про реєстрацію сільськогосподарського підприємства як суб'єкта спеціального режиму оподаткування, свідоцтва платника єдиного податку з одночасним розміщенням відомостей, що містяться у зазначених документах, у вільному та безперешкодному доступі у мережі Інтернет.

УДК 338.242.2

Реалізація цих та інших заходів в значній мірі сприятиме подальшому процесу активізації дерегуляції та мотивації бізнесу до зростання.

Список використаної літератури. 1. Реформування податкової системи України: теорія, методологія, практика : монографія / За заг. ред. М.Я. Азарова. – Міністерство фінансів України, 2011. – 656 с. 2. Охріменко О. Електронне спілкування з податковою позитивно вплине на бізнес-клімат у країні // Урядовий кур'єр, 13 грудня 2012 року, четвер, № 230. – С.6. 3. Реформування податкової системи України відповідно до європейських стандартів: зб. матер. наук.-практ. конференції, 18 грудня 2012 р. / Держ. подат. служб. України, нац. унів. ДПС України, Наук.-досл. центр з проблем оподат. – Ірпінь, 2012. – 545 с. 4. Преференції для ведення бізнесу // Урядовий кур'єр, 13 грудня 2012 року, четвер, № 230. – С.6.

Надійшла до редколегії 17.01.13

3. Галушка, д-р екон. наук, проф. (ЧНУ імені Юрія Федьковича)

ФЕНОМЕН СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ПОНЯТТЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Розглядається феномен соціального підприємництва як інноваційний чинник соціалізації бізнесу, визначено його сутність, характерні риси, традиції, сучасні форми та перспективи розвитку в Україні.

Ключові слова: феномен соціального підприємництва, соціальний підприємець, форми соціального підприємництва, тенденції розвитку соціального підприємництва.

Рассматривается феномен социального предпринимательства как инновационный фактор социализации бизнеса, определено его сущность, характерные черты, традиции, современные формы и перспективы развития в Украине.

Ключевые слова: феномен социального предпринимательства, социальный предприниматель, формы социального предпринимательства, тенденции развития социального предпринимательства.

The phenomenon of social enterprise as innovative factor of socialization of business is examined, it's essence, personal touches, traditions, modern forms and prospects of development in Ukraine are determined.

Keywords: phenomenon of social enterprise, social businessman, forms of social enterprise, progress of social enterprise trends.

Соціальне підприємництво – відносно нове специфічне соціально-економічне явище, яке породжує багато приводів для дискусії, адже не вписується у сталі стереотипи сприйняття бізнесу як комерційної сфери, що існує заради прибутку. Соціальне підприємництво містить в собі прибуткові і неприбуткові напрями, розвивається за "власними законами". І саме феномен соціального підприємництва передбачає розуміння прибутку не як мети, а як індикатора і ресурсу бізнесу. За таких умов економічні можливості підприємця формуються як наслідок корисності продуктів або послуг для задоволення потреб споживачів.

Як показує досвід, соціальне підприємництво від підприємництва в звичайному розумінні цього слова відрізняється за об'єктами соціальних інвестицій і має такі критерії: 1) доходи від підприємницької діяльності переважно спрямовується на благодійну діяльність чи статутну діяльність неприбуткових організацій; 2) підприємницька діяльність прямо пов'язана з соціальною місією, а її учасниками або бенефіціарами є представники соціально вразливих груп; 3) пряме сприяння позитивним системним змінам у суспільстві засобами, відмінними від традиційної благодійності. Останній критерій представляється як головний критерій соціального підприємництва. Відповідно, завданнями соціального підприємництва є: підтримка діяльності неприбуткових організацій, спрямована на реалізацію місії та досягнення "соціального ефекту"; забезпечення стабільного та незалежного фінансування їх діяльності; створення нових підходів та засобів вирішення соціальних проблем. Соціальне підприємництво безпосередньо пов'язується з соціальною місією організацій – інвестиціями в особистісний розвиток персоналу, представників цільових груп як учасників або бенефіціарів, та в сприяння залученню нових ресурсів для реалізації соціальної місії бізнесу.

Соціальне підприємництво – це поєднання соціальної місії та комерційного підходу. Маючи на меті вирішення конкретної соціальної проблеми, підприємці залучають ресурси для досягнення своєї місії, отримуючи при цьому прибутки від такої діяльності.

У поясненні феномену соціального підприємництва існує ряд аспектів, які потребують розуміння факту надання пріоритету соціально-значущим аспектам діяльності. Зокрема, виникає питання, чому саме у сучасних непростих умовах функціонування підприємці беруть на себе виконання соціальної місії. Разом з тим, виникає проблема вибору напрямів соціальної спрямованості підприємницької діяльності, визначення її перспектив, способів підтримки та стимулювання з боку держави.

Витоки та традиції соціального підприємництва, з нашого погляду, необхідно шукати ще в минулому. Українські промисловці наприкінці XIX століття вели активну благодійну діяльність. Так, наприклад, В. Симиренко фінансував діяльність видання "Киевская старина", "Літературно-науковий вісник", "Україна", "Рада", матеріально допомагав науковому товариству ім. Т. Шевченка [6]. У 1879 р. брати Терещенки заснували в Глухові безплатну лікарню св. Єфросинії. У Києві протягом 80-90-х рр. значною мірою завдяки М.А.Терещенку та членам його родини з'явилися безплатна лікарня для чорноробів (з 1894 р.), більшість медичних закладів Маріїнської общини сестер милосердя Товариства Червоного Хреста і Благодійного товариства, а також нічліжний притулок. Ф.А. Терещенко та його родина протягом 80-х рр. XIX ст. заснували і згодом повністю утримували комплекс добродійних закладів на Подолі: нічліжний притулок, будинок безплатних квартир для бідних удів з дітьми й одиноких літніх жінок, пологовий притулок тощо [2].

Науковці пов'язують виникнення соціального підприємництва з процесами розвитку техніки, технології, зі

зміною соціально-економічних відносин. Й.А. Шумпетер та його послідовники називали підприємців "агентами змін", надаючи тим самим важливості їхній діяльності як новаторів у технологіях, застосуванні нових форм організації праці, виробництві нових видів продукції. А наприкінці ХХ ст. П. Друкер зазначив, що в умовах постіндустріального суспільства підприємцю вже не так важливо бути причиною змін – вони повинні навчитися використовувати можливості, які породжують зміни. Саме в цей час спочатку у США, а потім у скандинавських та ряді інших європейських країн почав поширюватися рух соціального підприємництва як реакція малого і середнього бізнесу на загострення ряду суспільних проблем, таких як бідність, безробіття, екологічна небезпека та ін.

Високо оцінюючи значення соціального підприємництва, Г. Діз, директор Центру розвитку соціального підприємництва Дюкського університету (США), дав таке визначення: "Соціальний підприємець відіграє роль агента соціальних змін завдяки тому, що він: приймає на себе місію по створенню та підтримці соціальної цінності; знаходиться в постійному пошуку та реалізації нових можливостей для досягнення цієї місії; включений в безперервний процес інновації, адаптації та навчання; діє рішуче, не обмежуючи себе тільки тими ресурсами, що є в даний момент; демонструє найвищу відповідальність по відношенню до своїх клієнтів та за результати своєї діяльності" [4].

У сучасних дослідженнях щодо визначення ступеня готовності бізнесу забезпечувати зайнятість в суспільстві, усувати дискримінацію, зберігати стан навколишнього середовища тощо можна виділити декілька підходів, які обґрунтовують необхідність включення соціальних заходів у сферу бізнесу: 1) ринковий підхід, який виправдовує принцип примноження прибутку як єдиний принцип діяльності компаній, залишаючи, таким чином, поза увагою соціальні проблеми; 2) підхід з позиції державного регулювання, який передбачає, що соціальна відповідальність бізнесу має бути обов'язковою справою і регулюватися відповідними законами; 3) з позиції корпоративної совісті, якщо соціальна відповідальність спирається на загальнолюдські цінності, якими дорожать і керівництво, і підлеглі, і формується в результаті саморегулюючої в етичному плані діяльності; 4) підхід, заснований на теорії "зацікавлених осіб", який передбачає врахування інтересів зацікавлених у діяльності підприємства сторін. Обґрунтування ж соціального підприємництва залишається в межах пояснення економічних вигод і втрат від такої діяльності.

Мета даної статті – визначити об'єктивні причини, умови та характеристики феномена соціального підприємництва й показати тенденції, окреслити перспективи розвитку цього явища в Україні.

Залежно від розуміння суті та призначення соціального підприємництва можна виділити декілька підходів, що склалися щодо його змісту у світі. В американському контексті Social Enterprise Alliance (USA) визначає соціальне підприємництво як діяльність НПО (неприбуткової організації), що використовує бізнес-стратегії або засновує підприємство задля отримання доходу та направляє його на підтримку соціальної місії. У Великобританії воно визначається як діяльність комунальних підприємств, кредитних спілок, товариств, власниками яких є працюючі там робітники, кооперативи, фонди розвитку, соціальні компанії, житлові кооперативи та благодійні організації. Організація Social Enterprise London (SEL, UK) визначає такі риси соціального підприємництва: орієнтація на ринкові умови та спроможність функціонувати в таких умовах; наявність соціальної спрямованості та етичних принципів діяльності; "со-

ціальна власність" підприємства, автономність та незалежність, за якої прибуток йде на потреби соціальних груп-власників або на потреби громади [3].

В Україні також нагромаджено перший досвід соціального підприємництва. Так Український Фонд підтримки підприємництва та Міжнародний Фонд "Відродження" реалізують проект "Сприяння розвитку соціального підприємництва", який покликаний поширити ідеї соціального підприємництва в українському суспільстві та надати соціальним підприємцям, які прагнуть розвивати власний бізнес, доступ до безкоштовної юридичної, фінансової та консультативної допомоги. У рамках програми "Сприяння розвитку соціального підприємництва" працюють 2 центри підтримки соціального підприємництва у Львівській та Донецькій областях, що функціонують на базі Сокальської агенції регіонального розвитку та Асоціації "Соціально-економічні стратегії та партнерства" Криму. Основними завданнями та напрямками діяльності центрів є створення навчального, консультативного, просвітницького та інформаційного осередку, що розвиває та представляє сектор соціального підприємства в регіоні.

Благодійний фонд "Благодівець" реалізував проект "У життя – з конкурентними знаннями", у якому на базі школи-інтернату у м. Суми було підтримано виробництво сільгосппродукції та розвиток ремесел; Фонд сприяння діяльності літературно-меморіального музею М.Булгакова в місті Києві – проект "Дім Булгакова запрошує в гості" (ремонт музею); Благодійний фонд "Екомилосердя" – проект "Дитячий стоматологічний центр"; Благодійне підприємство "Перлина Буковини" – Проект "Соціальні мережі самозабезпечення" (запровадження нових механізмів самозабезпечення сільського населення гірських регіонів); Асоціація "Мир. Краса. Культура" – Проект "Соціальне підприємство – Дизайнерський дім" (фінансова підтримка різних проектів для дітей); Благодійна організація "Центр допомоги дітям-інвалідам" – проект "Робота в мінідрукерні як спосіб соціальної реабілітації молодих інвалідів".

Отже, соціальне підприємництво все більше проявляє себе як стійку тенденцію подальшої соціалізації бізнесу в нових умовах, коли об'єктивні можливості подальшого розвитку суспільства не бачаться без зацікавленої участі представників малого і середнього бізнесу, частка яких постійно зростає.

Характерні риси соціального підприємства – це: наявність чіткої і зрозумілої місії соціального спрямування, яка передбачає вирішення певних суспільних проблем; використання інноваційного підходу до вирішення соціальної проблеми; використання бізнес-методів управління (організації, планування, контролю), застосування підприємницького хисту з метою отримання прибутку; сприйняття прибутку як засобу досягнення позитивних соціальних перетворень; колективна форма власності, яка охоплює учасників соціального підприємства, його працівників, цільову групу, волонтерів та інших. Саме соціальна місія є наріжним каменем соціального підприємництва, адже із-за неї вони зустрічаються з низкою особливих проблем. Замість придбання багатства, їх головним критерієм стає вплив на світ через реалізацію цієї самої місії. Багатство є лише засобом для її досягнення. У бізнесі придбане багатство є способом вимірювання створеної цінності. Це викликає тим, що бізнесмени є суб'єктами ринкової системи, яка здебільшого і визначає, чи створюють вони цінність.

Форми соціального підприємництва дуже розрізняються (і в цьому також проявляється новаторство і нетрадиційність прийняття рішень). Це передбачає, наприклад, фінансування початківців у бізнесі, спільне

розв'язання проблем збереження навколишнього середовища, формування

міжкультурних зв'язків для збереження стабільності і соціальної злагоди; допомогу безпритульним, включення їх у взаємовигідні стосунки; благодійність; підтримку інтересів і потреб громад; приваблення найкращих талантів; трудотерапію та соціальну реабілітацію тощо.

Узагальнення практики соціального підприємництва показує такі основні тенденції його розвитку в Україні:

1. Соціальне підприємництво виступає як дух часу, появу якого ми бачимо у всьому світі;

2. Здійснення соціальних проектів відбувається, як правило, спільним коштом;

3. Характеристиками соціального підприємництва виступають такі, як відкритість до новаторських ідей, встановлення зв'язків із гравцями суспільного процесу, обмін формулами успіху;

4. Відбувається зміна парадигми цього явища – соціальна інновація сприймається як проект саморганізованих професіоналів;

5. Головною соціальною цінністю стає формування змістовних міжкультурних зв'язків;

6. Зростають інвестиції в потенціал людського розвитку;

7. Здійснюються продюсування створення промо-відео проектів, консультування по комунікаційній стратегії та навчальні сесії;

8. Існують конфлікти росту – фінансування соціальних ініціатив сприймається як безповоротні втрати;

9. Зростає прагнення до діалогу між гравцями в суспільстві і формування змістовних зв'язків.

У процесі становлення соціального підприємництва виникають також чинники, які стримують його розвиток. Серед проблем, що стримують кількісне та якісне зростання соціального підприємництва, можемо виділити: низьку мотивацію (соціальне підприємництво пов'язано з більшими ризиками, ніж одержання грантів та державних субсидій); низький зв'язок з соціальною місією (серед керівників НПО, державних органів та громадськості поширено сприйняття бізнес-підходів та підприємницької діяльності як якогось несумісного з соціальною місією, неприбутковим статусом чи використанням ресурсів на потреби основної діяльності); низька фінансова стабільність (більшість НПО не можуть діяти систематично без додаткових інвестицій); обмежений доступ до кваліфікованих спеціалізованих послуг (юридичних, фінансових, маркетингових, рекламних тощо [3, с. 37-38]. На жаль, в українському господарському законо-

давстві "соціальне підприємство" не виділяється як окрема організаційно-правова форма, а "соціальне підприємство" як окремий вид господарської діяльності.

Соціальне підприємництво – це спосіб мислення, стиль життя, коли беручи на себе відповідальність за ефективність та соціальну важливість результатів, особа чи команда успішно реалізовує інноваційну ідею. Соціальне підприємництво може набирати різні форми діяльності: особистості, що вирішують соціальні проблеми; громада, що само-організовується для власного благополуччя; бізнес-підприємства із соціальним впливом; фінансово стабільні громадські організації; соціальні інноватори. Соціальні підприємці – люди, що створюють проекти для того, щоб принести конкретну користь іншим людям. Ці проекти шикуються в моделі екологічного підходу до навколишнього середовища, партнерів і клієнтів.

Соціальне підприємництво в Україні можна розглядати як інноваційну діяльність, що є дієвим засобом досягнення сталого розвитку суспільства в сучасних економічних умовах. Його популяризація вимагає вивчення закордонного досвіду, розробки законодавчої бази та створення власної теоретичної бази.

Соціальне підприємництво належить до перспективних видів відповідальності, адже ґрунтується на усвідомленні суб'єктом свого обов'язку перед суспільством, що виражається в усвідомленні його потреб як особисто цінних і пріоритетних над груповими чи особистими. Сьогодні стоїть завдання визначення національної специфіки цього явища та способів підтримки його з боку держави.

Список використаної літератури. 1. Від благодійності до соціального підприємства або соціального підприємництва: можливе? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lvivbiz.com/article.php?id=5&article=457&_2. Донік О.М. Добродія та культурно-освітня діяльність родини Терещенків в Україні (друга половина XIX – початок XX ст.). – дисертація кандидата історичних наук за спеціальністю 07.00.01 – Історія України. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2001. 3. Московская А.А. Феномен социального предпринимательства и его перспективы в России // Мещенат – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.maescenas.ru/libs/index.html?117> 4. Новий погляд на соціальне підприємництво. Випуск 2: Підприємство як агент змін. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lvivbiz.com/article.php?id=5&article=457&> 5. Свинчук А.А. Соціальне підприємництво як особлива форма організації господарської діяльності // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – Спец. вип. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: у 2 ч. – К.: КНЕУ, 2012. – Ч. 2. – С. 141-148. 6. Солодовник В. Магнати краси і добра (знамениті підприємці) / Валентин Солодовник : Герої та знаменитості в українській культурі / за ред. О. Грищенко. – К.: УЦКД, 1999. – С. 285-310 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://izbornyk.org.ua/heroes/hero13.htm>. 7. Our Initiative to Protect the Meaning of "Social Enterprise" – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.se-alliance.org

Надійшла до редколегії 17.01.13

УДК 330.341.1

В. Зянько, д-р екон. наук, проф. (Вінницький національний технічний університет)

МАТЕРІАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

У статті виявлено та проаналізовано основні причини низької активності інноваційної підприємницької діяльності в Україні, обґрунтовано необхідність державної фінансової підтримки інноваційного підприємництва, визначено шляхи активізації інноваційної діяльності.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційна політика, інноваційне підприємництво, мотивація.

В статье выявлены и проанализированы основные причины низкой активности инновационной предпринимательской деятельности в Украине, обоснована необходимость государственной финансовой поддержки инновационного предпринимательства, определены пути активизации инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационная политика, инновационное предпринимательство, мотивация.

In the article has been detected and analyzed the main reasons of low activity of innovation entrepreneurship in Ukraine. The necessity of state financial support of innovation entrepreneurship was justified. Ways of accelerating of the innovation activity were identified.

Keywords: innovation activity, innovation policy, innovation entrepreneurship, motivation.

В умовах ринкової економіки ключову роль при вирішенні практично всіх господарських проблем відіграють грошові відносини, а тому найпотужнішим економі-

чним мотиваційним чинником виступають фінанси. Отже, з'ясування причин уповільнення розвитку того чи іншого економічного процесу або явища, чи розробка