

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

У статті визначено та обґрунтовано доцільність використання на сучасному етапі найпріоритетніших організаційно-економічних інструментів управління розвитком соціальної сфери країни.

Ключові слова: соціальний маркетинг, соціальний аудит, форсайт, кластер, державно-приватне партнерство.

Вступ Соціальна сфера являє собою цілісну, постійно змінну підсистему суспільства, породжену об'єктивною потребою суспільства в безперервному відтворенні суб'єктів соціального процесу. Це стійка галузь людської діяльності людей з відтворення свого життя, простір реалізації соціальної функції суспільства. Її основним функціональним призначенням є надання послуг.

Сучасний етап розвитку економіки України супроводжується непередбаченими змінами зовнішнього середовища і посиленням його впливу на суб'єкти господарювання. Це, в свою чергу, ускладнює процес управління соціальною сферою та можливості її швидкої адаптації до вимог сьогодення. Організаційно-економічний механізм управління розвитком соціальної сфери досліджували В. Куценко [4], П. Левін [5], А. Мельник [6], Я. Остафійчук [8], М. Орлатий, В. Вакулєнко, О. Ігнатенко [9] та багато ін. Погоджуючись з точкою зору цих науковців, зазначений механізм можна визначити як сукупність організаційних та економічних інструментів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), що чинять вплив на параметри системи управління соціальної сфери держави та здійснюється регулювання процесів у ній. Його метою є ефективний вплив на результати діяльності, формування та посилення потенціалу розвитку. Трансформаційні перетворення, яких нині зазнає соціальна сфера викликали об'єктивну необхідність подальшого розвитку інструментів управління нею.

Постановка завдання Метою статті є визначення та обґрунтування доцільності вико-

ристання найпріоритетніших організаційно-економічних інструментів управління розвитком соціальної сфери України.

Результати Структуру організаційно-економічних інструментів управління соціальної сфери держави запропоновано з урахуванням специфіки об'єкта досліджень (рис. 1). Важливим інструментом у забезпеченні управління розвитком соціальної сфери держави є соціальний маркетинг. Доречність використання маркетингового підходу, як нової функції управління соціальними процесами, пояснюється такими причинами: сприянням вирішенню проблем забезпечення життєдіяльності населення; посиленням конкуренції у недержавному секторі закладів соціальної сфери; скороченням фінансування державного сектору соціальної сфери; диференціацією попиту на ринку послуг, що визначається соціальним розшаруванням суспільства за рівнем доходів; пошуком нових підходів до формування соціальних відносин у державі.

В Україні технологія соціального маркетингу ще не набула поширення. Частіше в управлінні соціальною сферою застосовують окремі інструменти маркетингу. Використання технології маркетингу має ряд переваг: орієнтація на конкретних споживачів підвищує ефективність реалізації державних та місцевих програм; дозволить підвищити рівень методів та технологій процесу соціального управління, сконцентрувати зусилля на вирішенні самих найгостріших проблем; створить умови для покращання матеріального стану об'єктів соціальної сфери. Таким чином, соціальний маркетинг сприятиме процесам координації та оновлення всіх елементів системи управління соціальною сферою.

Крім цього, соціальний маркетинг є новою концепцією соціальної відповідальності будь-якого підприємства, яка передбачає узгодження і зв'язок інтересів організації, споживачів і суспільства. Особливо актуальна дана концепція для бізнес-структур. Роль соціальної відповідальності в управлінні є комплексною.

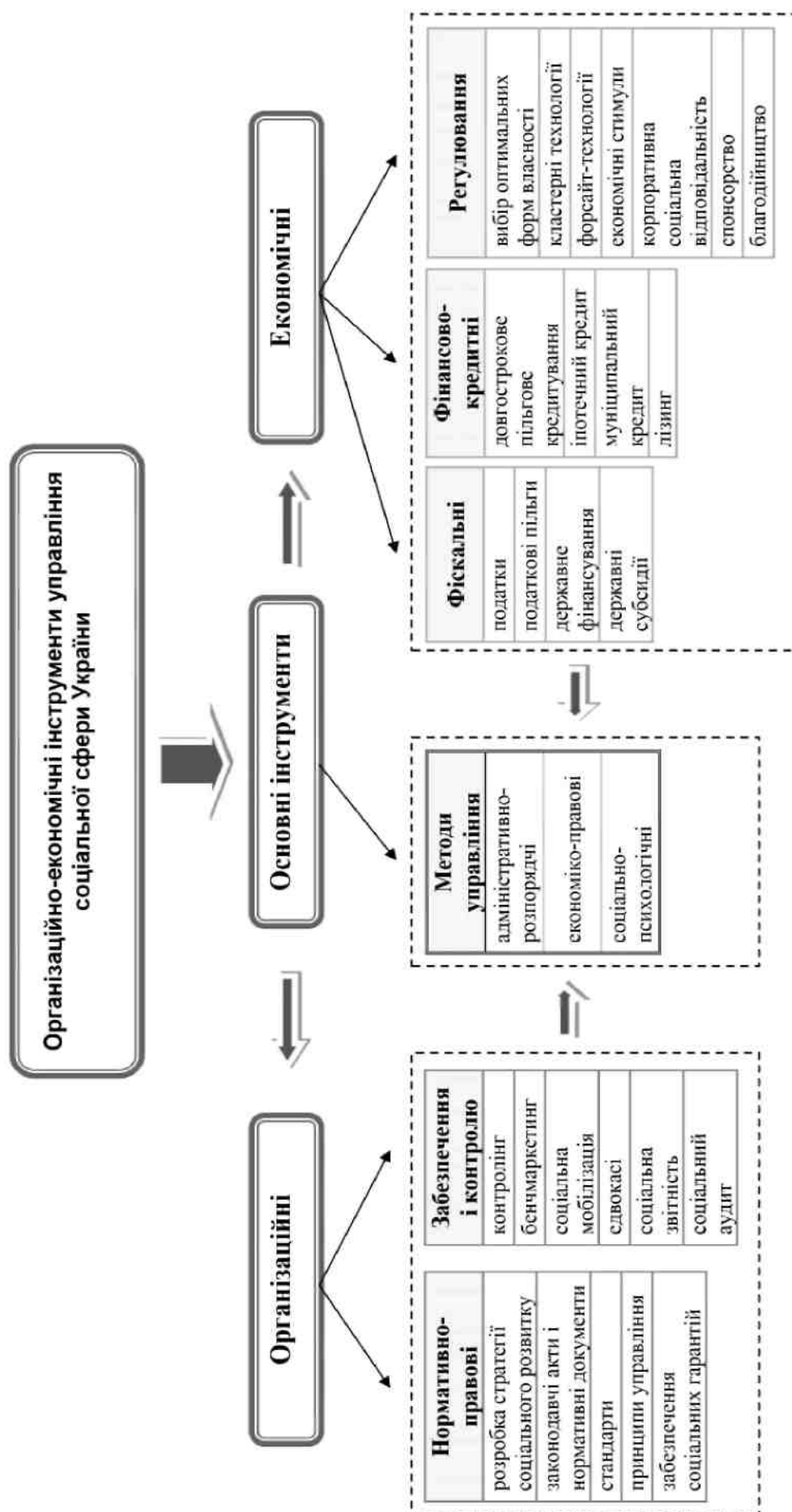


Рис. 1. Інструменти управління розвитком соціальної сфери України

Примітка: розроблено автором

Адже дотримання стандартів ділової етики та соціальної відповідальності бізнес-структур – одна із закономірних вимог до підприємств, які прагнуть створити ефективну систему корпоративного управління. Соціальна відповідальність підприємств є базовим механізмом реалізації демократичних цінностей на різних рівнях управління, що дозволить здійснити ефективне управління на рівні від окремого підприємства до рівня держави, і забезпечить економічний та соціальний розвиток.

Соціальна відповідальність підприємств реалізується через складові соціального маркетингу, а саме: інформаційно-пропагандистські програми, благодійництво, фандрайзинг, організацію спеціальних акцій брендів-спонсорів, стимулювання продаж. Так, фандрайзинг спрямований на переконання місцевого співтовариства в необхідності об'єднати ресурси і надати їх на розроблення послуги, що має соціальне значення і створює умови для соціального розвитку суспільства. Організація спеціальних акцій брендів спонсорів для підприємств приваблива через іміджеву складову. Суть акцій полягає в тому, що залучають кошти споживачів до вирішення певної проблеми, яка носить соціальний характер. Відсутність прямого прибутку замінює створений позитивний імідж, який завойовується благородними діями. Стимулювання продаж здійснюється через відрахування частини доходу чи прибутку на вирішення соціальних проблем. Нині в Україні набуває актуальності така форма соціального маркетингу як спонсорство та меценатство.

У нашій державі одні соціально-відповідальні компанії виходять з корпоративної культури, інші – з акціонерних правил, треті – внаслідок тиску держави. В Україні немає власної моделі соціально відповідального бізнесу. Переваги, які одержує бізнес від виконання принципів соціальної відповідальності бізнесу вже є помітними, а саме: покращується імідж підприємств; підвищується вартість їх бізнесу; зростає довіра населення до діяльності фірм, до якості її товарів і послуг; підвищується професіоналізм співробітників, розвивається кадровий потенціал; підвищується конкурентоспроможність підприємства; формуються партнерські відносини з владними структурами, громадськістю та засобами масової інформації. покращує зв'язки з ринком, оскільки споживачі приймають рішення про покупку,

не тільки міркуючи традиційними категоріями (ціна, якість, доступність), але й враховуючи їх ціннісні критерії; забезпечується розпізнавання споживачами бренду-компаній завдяки чому бізнес стає успішнішим і одержує належне визнання в суспільстві [3, с. 24]. Для українських бізнес-структур найбільш популярними напрямками соціальної відповідальності є: благодійність – 93 %, розвиток персоналу – 88,4 %, охорона праці і здоров'я – 88,4 %, підтримка добросовісної ділової практики, етичної поведінки – 83,7 %, охорона навколишнього середовища та ресурсозбереження – 76,7 %.

Основним інструментом у механізмі управління розвитком соціальної сфери держави нами виділено фінансові інструменти. Вони є найголовнішими чинниками стабільності та надійності організацій між надходженнями та видатками бюджету, використанням власних та залучених джерел. У даному контексті варто приділити увагу шляхам їх надходження. При цьому значної ваги набуває роль держави для цілеспрямованого, вираженого розподілу коштів між усіма складовими соціальної сфери держави. Грошові потоки з державного бюджету, передусім, мають бути спрямовані на розвиток найпріоритетніших об'єктів соціальної сфери: освіту, науку, охорону здоров'я, культуру.

Виділяємо серед економічних інструментів фінансові інструменти як обов'язкові вилучення коштів, яке здійснює держава чи місцеві органи влади для фінансування суспільних витрат. Головною особливістю податкового економічного інструменту є те, що кошти, які збираються таким чином, надходять на бюджетні рахунки відповідного рівня (держави чи місцевого) і використовуються на фінансування соціальних проблем. Тут доречним було б запровадження пільгового оподаткування надання екологічних послуг, інвестиційної підтримки «зелених бізнес-проектів». У даному контексті необхідно звернути увагу на прийняття Податкового кодексу (2010 р.), який передбачає прийняття позитивних рішень, які вливатимуть на розвиток соціальної складової держави. Так, скажімо, на розвиток бізнес-структур соціальної сфери буде впливати скорочення кількості податків та зборів. Запроваджено 18 загальнодержавних та 5 міських обов'язкових платежів замість, відповідно, 29 та 14.

Важливим економічним інструментом є субсидія як цільова незворотна допомога в

грошовій чи натуральній формі, що надається за рахунок коштів державного бюджету або спеціальних державних і недержавних фондів соціальним суб'єктам. Саме цей інструмент є найуживанішим серед напрямків фінансування соціальноорієнтованих видів діяльності. Зазвичай виділяють субсидії на: фінансування науково-дослідних робіт, які мають загальнонаціональне значення; фінансування освітніх, культурних, туристичних, спортивних програм. Нині набув поширення такий економічний інструмент, який надається на конкурсній основі як грант (кошти, які виділяються в порядку добродійності для фінансової підтримки наукових досліджень, вчених, діячів культури).

Серед інноваційних економічних інструментів, на нашу думку, є технологія форсайту, яка дає змогу розробляти довгострокові стратегії розвитку. Форсайт зарекомендував себе як найбільш ефективний інструмент вибору пріоритетів у сфері науки і технологій. Проте, нині його вважають ефективним щодо інших сфер діяльності, в тому числі щодо вирішення проблем соціального розвитку. На його основі розробляють можливі сценарії розвитку, визначають потенційні горизонти. Він служить вибором між варіантами майбутнього при виконанні наступних умов: вірного шляху визначення сценарію розвитку, досягнення консенсусу з вибору бажаного сценарію, виконання заходів з їх реалізації. За методологією форсайту кількість учасників є значною і позиційно різноманітною. Адже тут і споживачі, і вчені, і інвестори.

Цьому сприятиме застосування економічного інструмента управління розвитку матеріально-технічної бази соціальної сфери – приватно-державного партнерства. Воно передбачає поєднання інтересів центральної влади, корпорацій, регіонів, підприємств. Дієвим засобом підвищення ефективності визначеного інструмента є можливість об'єднання їх ресурсів. Успішність об'єднання ресурсів полягає в тому, що держава та приватний сектор мають свої переваги, при об'єднанні яких формується ця кооперація і створюється ефект синергії. З'являється можливість ефективніше працювати і досягати кращих успіхів. Найправильнішим ми вважаємо той шлях, коли національні ресурси зосереджуються на окремих програмах, тобто слід обрати селективну стратегію соціального розвитку, реалізовану на основі ретельно відібраних пріоритетів.

Заслужує на увагу вивчення закордонного досвіду державно-приватного партнерства. Так, у Великій Британії підписано понад 900 проектів, більшість з яких реалізують у сфері соціальної інфраструктури. Це відображає пріоритети уряду, який намагається розв'язати проблеми у медицині, освіті, транспортній інфраструктурі. У результаті, із 100 проектів, які нині реалізують, рівень їх виконання складає 80-90 % [1, с. 10].

Налагодити діалог між органами державної влади, недержавними структурами, дослідницькими установами в напрямку розвитку матеріально-технічної бази соціальної сфери може забезпечити такий інструмент системи управління як кластер. Кластерний метод дозволяє реалізовувати взаємозв'язки в технологіях, навичках, інформації, маркетингу і споживчих запитах, які характерні для комплексу фірм, які надають аналогічні послуги. Подібний діалог має привести до поліпшення якості загальнонаціональної, регіональної політики та державної діяльності [7, с. 127]. При цьому основою реалізації кластерного підходу є «баланс інтересів» учасників діалогу. Вважаємо, що нині доцільно розбудовувати ті кластери, які породжують і підтримують сталий розвиток сфери послуг (так звані сервісопідтримуючі кластери).

Для прийняття управлінських рішень вагому роль відіграють комунікації, інформація та наявність сучасних інформаційних систем і технологій. Нині вагомістю набуває інформаційна концепція контролінгу, яка базується на інформації про витрати, зовнішній фінансовій звітності та оцінці операційної діяльності й результативності стратегій. Дана концепція дозволяє отримувати релевантну інформацію необхідну для прийняття оптимальних управлінських рішень. Контролінг у забезпеченні організаційно-економічного механізму управління розвитком соціальної сфери держави повинен забезпечити:

- безперервне відстеження змін, які відбуваються у внутрішньому і зовнішньому середовищах установ та швидку реакцію на них;
- продуману систему дій щодо забезпечення їх виживання й уникнення кризових ситуацій; належну систему управління, що потребує механізму координації всередині системи управління;
- ефективний контроль; наявність інформації, яка дозволить побудувати спеціальну

систему інформаційного забезпечення управління.

Серед організаційних інструментів ми виділяємо соціальну звітність підприємств, а саме складання звіту зі сталого розвитку, підготовленого за вимогами GRI. Він дає змогу відобразити середовище існування компанії, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності в економічній, соціальній, екологічній сфері життя суспільства. Соціальна звітність дає певні переваги для підприємств, а саме: допомагає розбудувати процес управління корпоративною соціальною відповідальністю; будує довіру; підвищує прозорість; підвищує її готовність до роботи на нових рівнях; зміцнює ділові відносини та сприяє розширенню ринків. За матеріалами досліджень, в Україні сформувалася група компаній-лідерів нефінансового звітування. Серед них: «Оболонь», «Київстар», «Укрсоцбанк», «МТС Україна».

Як технологія контролю, перевірки та оцінки стану об'єкта управління нами розглядається у системі управління соціальною сферою соціальний аудит. Він виконує такі функції: контролю, діагностики, управління тощо. Запровадження соціального аудиту у закладах соціальної сфери є бажаним, так як сприяє зацікавленню власників, профспілок, держави у досягненні домовленостей у соціально-трудових відносинах, а також у зв'язку з поширенням досвіду соціальної відповідальності бізнесу. На основі висновків, які надаються незалежними та висококваліфікованими аудиторами в якості аналітичного документа місцеві органи влади, залучені до управління

Як відомо, об'єктами управління соціальною сферою є велика кількість недержавних структур, які надають послуги. Для них характерною є конкуренція. І тут особливу роль ми відводимо такому організаційному інструменту розвитку як бенчмаркінг. Він дає можливість зібрати інформацію про найкращі способи надання послуг, порівняти їх, визначити конкурентні переваги. Аналізуючи практику використання бенчмаркінгу визначено, що його активно застосовують у провідних компаніях США, Японії та Західної Європи. З метою розвитку бенчмаркінгу в цих країнах створено мережу організацій, які проводять спеціальні дослідження, відстежують та накопичують «найкращі практики», створені клуби для пошуку партнерів з бенчмаркінгу, державні програми

розвитку. Безпосереднє знайомство із досвідом цих країн може стати невичерпним джерелом ідей з удосконалення процесу надання послуг в Україні. Світовий досвід свідчить, що процедуру бенчмаркінгу нині використовують 85 % медичних закладів, 66 % освітніх, 30 % закладів торгівлі [2, с. 49]. Використовуючи переваги даного інструменту можна визначити потенціал бізнес-структур, які надають послуги, визначити пріоритети розвитку, що дасть змогу нашій державі бути на рівні розвинутих держав. Слід зазначити про те, що перші спроби з використання бенчмаркінгу в Україні вже здійснено. Започатковано проект Міністерством зовнішнього розвитку Великобританії і компанією EME щодо бенчмаркінгу для приватних компаній. Головна мета проекту полягає в ознайомленні українських підприємств з технологією бенчмаркінгу.

Висновки Підсумовуючи зазначене вважаємо, що реалізація запропонованих організаційно-економічних інструментів управління розвитком соціальної сфери України стане не тільки необхідною умовою подолання кризових явищ у її функціонуванні, а й необхідною передумовою успішної діяльності орієнтованої на пошук та реалізацію можливостей. Вони сприятимуть: задоволенню зростаючих потреб споживачів у послугах, закріпленню почуття захищеності у населення щодо можливості одержання соціально-значимих послуг; зміцненню трансформаційний позитивних тенденцій розвитку соціальної сфери; узгодженню особистих, суспільних та державних інтересів; успішному поєднанню централізації та децентралізації системи управління; посиленню інвестиційних можливостей недержавного сектора економіки; розвитку держави загалом.

1. Грищенко С. Підготовка та реалізація проектів публічно-приватного партнерства: практ. посіб. для органів місцевої влади та бізнесу / С. Грищенко. – К.: ФОП Москаленко О. М., 2011. – 140 с.

2. Карпенко М. Вычислить, сравнить и превзойти конкурента / М. Карпенко // Комп&ньон. – 2007. – № 5 (21). – С. 46 – 50.

3. Краплич Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: досвід Фондації Острозьких: [Посібник для бізнесу та неприбуткових організацій] / Краплич Р. – Рівне, 2005. – 74 с.

4. Куценко В. І. Соціальний вектор економічного розвитку / В. І. Куценко. – К. «Наукова думка» НАН України, 2010. – 735 с.

5. Левін П. Б. Економічний механізм соціальної інфраструктури: стан і перспективи розвитку [моногр.] / П. Б. Левін. – К. Ін-т демографії та соц. досліджень НАН України, 2008. – 313 с.

6. Мельник А. Ф. Проблема бідності крізь призму «соціального вакууму» / А. Ф. Мельник, В. В. Адамик // Наука й економіка. – 2014. – № 1 (33). – С. 208-217.

7. Недобеза О. О. Забезпечення соціально-економічного розвитку підприємств на основі кластерного підходу // Університетські наукові записки. Часопис Хмельницького університету управління та права. – 2010. – № 1 (33). – С. 259 – 263.

8. Остафійчук Я. В. Сталій розвиток сфери послуг: сутність, тенденції та перспективи: [монографія] / Я. В. Остафійчук / Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України». – К.: ДЕТУТ, 2012. – 292 с.

9. Розвиток галузей соціально-побутового призначення в сільській місцевості / [Орлатий М. К., Вакуленко В. М., Ігнатенко О. С. та ін.]; під ред. М. К. Орлатого. – К.: УАДУ, 2003. – 75 с.

The article defines and proves the feasibility of using at the present stage the most priority organizational and economic management tools of development of social sphere of the state.

Key words: social marketing, social audit, forsyth, cluster, public-private partnership.

УДК 339.97

Михайлів Г. В.

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС, США ТА ЯПОНІЇ

У статті розглянуті основні моделі соціального розвитку країн членів ЄС, США та Японії. Виявлені їх особливості та напрямки трансформації в умовах формування єдиної соціальної політики ЄС, США та Японії. Доведено, що за сьогоденних умов господарювання формується нова парадигма соціальної політики, що поєднує три сили: державу, ринок і громадянське суспільство. Виділено загальні тенденції функціонування європейських соціально-орієнтованих економік.

Ключові слова: соціальна політика, соціальна модель, соціальний захист, соціальний розвиток.

I. Вступ. Соціальна політика є найважливішим напрямком державного регулювання економіки, органічною частиною внутрішньої політики держави, спрямованої на забезпечення добробуту й усебічного розвитку його громадян і суспільства загалом. Тобто благополуччя громадян будь-якої країни нерозривно пов'язане з державою. Взаємодія економіки і держави визначається історично сформованими національними системами господарювання, культурними традиціями.

У кожній країні існують свої пріоритетні напрямки, державні інститути і певні інструменти та механізми, що дозволяють реагувати на потреби соціально-економічного розвитку суспільства. У сукупності це визначає національну модель розвитку держави. Однак, мож-

на указати загальну тенденцію, характерну для всіх промислово-розвинених країн – розширення функцій держави в економічному і соціальному розвитку суспільства. Посилення ролі держави спостерігається і в країнах західної Європи ще з 1930-х років. І саме країни Західної Європи досягли помітних результатів у створенні «держави добробуту», головною метою котрої є підвищення добробуту громадян і проведення заходів, спрямованих на згладжування негативних ефектів, які неминуче виникають у ринковому середовищі. Сучасні моделі соціальної політики відрізняються ступенем втручання держави в соціально-економічну сферу суспільства та ступенем соціальної захищеності громадян, забезпеченості свободи соціального вибору в різних верствах населення та впливу соціальних процесів на економічний розвиток країни.

Від того, наскільки правильно буде проводитися соціальна політика, залежить ступінь адаптації цієї держави до внутрішніх і зовнішніх викликів, розвиток громадянського суспільства.

Незважаючи на зниження ролі держави в ринковій економіці посилюється й розширюється фінансування соціальних програм, за допомогою яких здійснюється політика стабілізації соціально-економічного становища суспільства. Розвиток прогресивної та ефективної для кожної держави моделі соціальної політики є одним з основних показників добробуту