

УДК 316.334.23;005.412:0018

**Степаненко В.В.,
генеральний директор,
Державна організація «Регіональний фонд
підтримки підприємництва в Запорізькій області»**

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ КАНАЛІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Постановка проблеми. Сьогодні існує думка, що успішний підприємець той, хто думає не тільки про власні гроші, а ще й про навколишнє середовище, освіту, сільське господарство, здоров'я або й інші, більш глобальні речі.

Це нова сфера діяльності в бізнесі, коли людина починає думати про позитивні зміни та втілювати їх у реальність. Звичайні бізнесмени думають про власний прибуток і статки, а соціально відповідальні намагаються свої гроші застосувати на благо людям: вони думають, як утилізувати сміття та нагодувати нужденних, як вести прибутковий та успішний бізнес.

В українському бізнес-середовищі така діяльність з'явилась не так давно, тому підприємці ще не повністю перейняли світову тенденцію, та й держава не може належним чином підтримувати ініціативи малого та середнього бізнесу [4].

Проте, крім бізнесменів, в основному такою діяльністю займаються громадські організації, які створюють соціальну ініціативу так, щоб об'єднувати підприємство, яке допомогло б переважно соціально незахищеним або малозахищеним людям.

У соціальному бізнесі успіх вимірюється не грошовим прибутком, а досягненням конкретних соціальних цілей: скорочення голодних смертей серед дітей і дорослих, приріст населення, збільшення числа людей, що отримали доступ до чистої питної води, збільшення кількості малого бізнесу ці завдання не можуть не привернути уваги бізнес середовища та державних інституцій.

Існують такі принципи, на які може опиратися кожен соціальний бізнесмен:

1. Мета бізнесу не надприбуток, а подолання однієї із проблем, яка загрожує суспільству. Наприклад, підвищити рівень життя, освіти, охорони здоров'я, забезпечити доступ до технологій, захистити довкілля.

2. Інвестори соціального бізнесу повертають лише суму своїх інвестицій, без будь-яких дивідендів.

3. Після повернення інвесторові суми інвестицій, основний прибуток компанії вкладається в її розвиток і поліпшення якості продукту.

4. Фінансова та економічна стійкість.

5. Екологічна відповідальність.

6. Забезпечення працівників гідною заробітною платою і оптимальними умовами роботи [7, с. 57].

Поняття «соціальний проект» дещо інше. Для реалізації соціального проекту не обов'язково бути юридичною особою. Багато країн здійснюють соціальні програми силами волонтерів [1, с. 53].

Кожна людина, приймаючи рішення, повинна чітко розуміти свою соціальну відповідальність перед усім суспільством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням удосконалення механізмів створення та розвитку соціального бізнесу і їх функціонування приділено увагу у працях таких вчених, як: О. Бородіна, Л. Дмитриченко, В. Зянько, С. Єрохін, М. Жук, В. Ляшенко, Є. Панченко, О. Титаренко, В. Шарапов та ін.

Як відомо, немає єдиного визначення поняття «соціальне підприємництво», різні країни, різні фонди трактують його по-різному. Потрібно визначити головний категоріальний апарат цього явища та головні принципи його діяльності. Також не мало важливим є з'ясування того, чому так мало підприємців займаються соціальним бізнесом.

Абсолютна більшість вчених і експертів вважають, що трактування терміну не є настільки важливим, головна цінність поліпшення життя суспільства, використовуючи будь-які форми [3, с. 8].

Тому, незважаючи на значну увагу науковців до даної проблеми, її вивчення залишається актуальним завданням, особливо в частині узагальнення успішного зарубіжного досвіду створення і функціонування цих структур.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити досвід функціонування соціального бізнесу закордоном та в Україні, охарактеризувати його значимість та необхідність для суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Очевидно, що як і в інших країнах, де соціальний бізнес вже міцно увійшов в бізнес-план економічного життя, важливо, щоб усі стейкхолдери домовилися про розуміння того, що вважається соціальним бізнесом [8].

Величезну роль в успішному розвитку соціального бізнесу відіграє освіта (і тут завдання не тільки створити освітні програми для потенційних соціальних підприємців і бізнесменів, а й ввести поняття «соціальне підприємництво», «соціальний бізнес» на рівні школи, а то й дитячого садка).

Адже, якщо в головах з дитинства буде закладена можливість вибору тієї чи іншої моделі майбутнього розвитку, не тільки традиційного бізнесу, пов'язаного переважно з максимізацією фінансового ефекту, то і життєва траєкторія людини, що приймає рішення на певному етапі свого шляху з вибором роду діяльності, очевидно, буде іншою [2, с. 12].

Все частіше представники університетів, що мають досвід створення та проведення навчальних програм в сфері соціального підприємництва та соціального бізнесу, говорять про важливість і ефективність навчання «за межами аудиторії».

Не менш важливе питання: «а хто ж навчатиме?» Чи можуть наші «традиційні» професори вчити підприємців? І взагалі, чи можна використовувати слово «навчання» по відношенню до підприємців, чи мова, швидше за все, буде йти про самоосвіту?

Складна тема це введення поняття «Соціальне підприємництво» в законодавчий простір і надання допомоги соціальним підприємцям у формі субсидій, податкових пільг, допуску до участі в державних тендерах і т.д.

З одного боку, не визначивши поняття, неможливо якось його ідентифікувати, дослідити. З іншого дуже важливо продумано підійти до питання як ідентифікації, так і підтримки, щоб уникнути «мімікрії», яка зараз іноді відбувається, наприклад, у Великобританії [5, с. 160].

В Україні вже почали активний розвиток підприємництва, який можна було б називати соціальним. Історія львівської пекарні «Горіховий дім» – якісна ілюстрація шляху типового українського соціального підприємця.

Пекарня, що займається виготовленням печива з мигдалем, виникла на базі громадської організації «Народна допомога». Вона мала вирішити фінансові питання організації, що займається інтеграцією жінок у кризових ситуаціях. Крім того, жінки, яким допомагає «Народна допомога», час від часу могли працювати та заробляти гроші в пекарні.

Справи пішли добре, і наразі «Горіховий дім» функціонує як окреме підприємство. Пекарня приймає всі виклики ринку, однак її прибутки будуть передаватися на забезпечення програм «Народної допомоги». Печиво можна скуштувати в кав'ярнях або замовити в Інтернеті.

Також у Львові функціонує унікальна організація допомоги безпритульним «Оселя». Декілька ентузіастів, об'єднаних ідеєю відповідальності перед безпритульним, організують місця, де люди без даху можуть поїсти, поспати, помитися. «Оселя» існує вже 11 років і встигла стати учасником всесвітнього руху допомоги безпритульним «Емаус».

«Оселя» починалася з маленької хатки у Винниках під Львовом. Наразі до її структури входить охайний будинок із чудовим двором, де мешкає спільнота безпритульних, осередок підтримки, куди щодня приходять митися і приводити зовнішність до ладу 15-20 людей з вулиці, гуртожиток на вулиці Угорській у Львові, де скоро зможе жити 20 ресоціалізованих осіб, мережа благодійних магазинів, де можна придбати речі, які міські жителі пожертвували спільноті, майстерні, де бездомні мають змогу працювати на реставрації речей, нічліжка.

Щочетверга о 14:00 біля Порохової вежі «Оселя» організує для безпритульних обід, на який приходять до сотні людей. У 2011 році «Оселя» стала переможцем конкурсу «Благодійник року Львівщини» у номінації «неприбуткова організація».

Крім того, організація видає соціально-культурний журнал «Просто неба» тиражем 3 тис. Мар'яна Соха є його редактором, Юрій Іздрик робить верстку, свої твори у журнал безкоштовно передають Тарас Прохасько, Юрій Андрухович, Таня Малярчук, Григорій Семенчук, Андрій Бондар та інші знані літератори й художники. Журнал розповсюджують самі бездомні, половину вартості з продажу (2,5 грн.) вони можуть забирати собі.

На форзаці кожного випуску журналу можна знайти список місць у Львові, де безпритульна людина може поїсти. В основному це релігійні організації. «Оселя» відрізняється від них не лише позарелігійним статусом та масштабами допомоги, але й способом організації господарства.

Згідно з даними за минулий рік, 44% бюджету організації становлять кошти, зароблені самостійно її спільнотою. Мар'яна Соха зізнається, що «Оселя» хотіла б не залежати від допомоги грантодавців і спонсорів, а формувати власний бюджет повністю за рахунок благодійної крамнички чи майстерень реставрації речей, проте як неприбуткова громадська організація вона не може перетворитися на бізнес. Попри це, «Оселя» виявляється цікавою моделлю поєднання соціально свідомих та комерційних форм.

The Citizens Foundation – проект, створений в 1995 році, який є одним із провідних постачальників формальної освіти в Пакистані. Інновації, реалізовані The Citizens Foundation за

останні 20 років призвели до формування найбільшої мережі приватних шкіл для незахищених верств населення.

The Citizens Foundation зараз працює з тисячею спеціально побудованих шкільних установ і 145 тисячами студентів в селах по всіх містах Пакистану. Більше 11500 людей отримали роботу в Пакистані, з них - 7700 вчителів-жінок, що заробляють кошти для життя.

Головними чинниками для створення соціальних проектів чи стартапів мають бути відповідальність за створення і підтримку соціальних цінностей, зацікавленість у пошуку можливостей інновацій та вміння їх адаптувати для свого середовища (регіон, місто, село) та команди, відповідальність за все, що ти робиш.

Напевно, найважливіше підтримка людей та суспільства. Саме на ініціативах знизу будуються найуспішніші проекти соціального бізнесу. А якщо держава при цьому їх підтримає буде тільки краще [6, с. 230].

Висновки з проведеного дослідження. В українському бізнес-середовищі діяльність соціального бізнесу з'явилась не так давно, тому підприємці ще не повністю перейняли світову тенденцію, та й держава не може належним чином підтримувати ініціативи малого та середнього бізнесу.

Проте, крім бізнесменів, в основному такою діяльністю займаються громадські організації, які створюють соціальну ініціативу.

Адже, якщо в головах з дитинства буде закладена можливість вибору тієї чи іншої моделі майбутнього розвитку, не тільки традиційного бізнесу, пов'язаного переважно з максимізацією фінансового ефекту, то і життєва траєкторія людини, що приймає рішення на певному етапі свого шляху з вибором роду діяльності, очевидно, буде іншою.

У соціальному бізнесі успіх вимірюється не грошовим прибутком, а досягненням конкретних соціальних цілей: скорочення голодних смертей серед дітей і дорослих, приріст населення, збільшення числа людей, що отримали доступ до чистої питної води, збільшення кількості малого бізнесу ці завдання не можуть не привернути уваги бізнес середовища та державних інституцій.

Бібліографічний список

1. Александрін Ю.Н. Индикатори якості інституціонального середовища малого підприємництва / Ю.Н. Александрін // Суспільство: політика, економіка, право. – 2011. – № 2. – С. 53-58.
2. Денисюк В.А. Розвиток інноваційних територіальних структур як важливої складової української інноваційної системи / В.А. Денисюк // Економічний часопис. – 2003. – № 7. – С. 11-14.
3. Єлісеєв І.М. Інкубація бізнесу як формування попиту на технологічні, управлінські та соціальні інновації / І.М. Єлісеєв // Инициативы XXI века. – 2010. – № 4-5. – С. 7-10.
4. Концепция развития сети бизнес-инкубаторов в Российской Федерации // Интернет-портал некоммерческой организации «Ресурсный центр малого предпринимательства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rcsme.ru>
5. Микитюк О. Бізнес-інкубатори в системі фінансової підтримки малого підприємництва / О. Микитюк // Світ фінансів. – 2005. – № 2. – С. 160-164.
6. Минеева Т.В. Бизнес-инкубатор как один из наиболее эффективных инструментов поддержки и развития предпринимательства / Т.В. Минеева // Вестник Астрахан. гос. техн. ун-та. – 2007. – № 2 (37). – С. 230-236.
7. Прилепа Н.В. Бізнес-інкубатор як одна з сучасних організаційних форм підтримки інноваційної діяльності / Н.В. Прилепа // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2006. – № 5. – Т. 2. – С. 56-61.
8. Чистякова О.В. Перспективные направления развития бизнес-инкубаторов в России / О.В. Чистякова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2011. – № 2. – С. 36-40.

References

1. Aleksandrin, Yu.N. (2011), "Quality indicators institutional environment of small business", *Suspilstvo: polityka, ekonomika, pravo*, no. 2, pp. 53-58.
2. Denysiuk, V.A. (2003), "The development of innovative territorial structures as an important component of Ukrainian innovation system", *Ekonomichnyi chasopys*, no. 7, pp. 11-14.
3. Yeliseiev, I.M. (2010), "Incubation business as creating demand for technological, managerial and social innovations", *Initsiativy XXI veka*, no. 4-5, pp. 7-10.
4. *Kontseptsiia razvitiia seti biznes-inkubatorov v Rossiyskoy Federatsii* [The concept of developing a network of business incubators in the Russian Federation], available at: <http://www.rcsme.ru> (access date October 29, 2015).

5. Mykytiuk, O. (2005), "Business incubators in the system of financial support for small businesses", *Svit finansiv*, no. 2, pp. 160-164.

6. Minyeyeva, T.V. (2007), "Business Incubator as one of the most effective tools for business support and development", *Vestnik Astrakhan. gos. tekhn. un-ta*, no. 2 (37), pp. 230-236.

7. Prylepa, N.V. (2006), "Business Incubator as one of the modern forms of organizational support for innovation", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 5, vol. 2, pp. 56-61.

8. Chistiakova, O.V. (2011), "Future direction of business incubators in Russia", *Izvestiia Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii (Baykalskiy gosudarstvennyy universitet ekonomiki i prava)*, no. 2, pp. 36-40.

Степаненко В.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ КАНАЛІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Мета – дослідити досвід функціонування соціального бізнесу закордоном та в Україні, охарактеризувати його значимість та необхідність для суспільства.

Методика дослідження. Використовується описовий метод, аналіз та спостереження. Загальнонаукові методи застосовано при обґрунтуванні ролі і значенні соціального бізнесу та вивченні процесу його необхідності для побудови економічно розвиненої держави; організаційно-економічні методи – при визначенні сутності і механізму функціонування соціального бізнесу.

Результати. Встановлено, що взаємодія соціальних підприємств дає можливість ефективно поєднати підприємницьку чутливість і вирішення проблем середовища та суспільства із користю для бізнесу та людей. Виявлено, що результати функціонування соціального бізнесу створюються такі можливості, які за інших умов залишилися б втраченими і недоступними. Обґрунтовано причини існування в Україні проблем із соціальним бізнесом (відсутність знань та освітніх навичок, невміння знайти перспективи для створення соціальних підприємств, розуміння значення не економічного прибутку від справи, а соціального).

Наукова новизна. Виявлено причини повільного розвитку соціального бізнесу в Україні, на відміну від закордонного досвіду; наведено вже існуючі перспективні підприємства, які активно розвиваються та приносять користь громадськості, що пояснює яким чином ці рекомендації допоможуть підвищити потенціал людського капіталу.

Практична значущість. Отримані результати дослідження можуть бути використані у подальших дослідженнях з розвитку та створення різних видів соціального підприємництва в Україні; на заняттях у ВНЗ з теми «Різновиди стимулювання підприємництва»; а також на факультативних заняттях з економіки для реалізації створення потужних соціальних підприємств в Україні.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальний бізнес, мале підприємництво, велике підприємництво, інновації, правова підтримка соціального бізнесу, державна підтримка соціального бізнесу.

Stepanenko V.V. RESEARCH OF MAIN CHANNELS OF SOCIAL BUSINESS

Purpose – explore the experience of social business in Ukraine and abroad, to characterize its importance and the need for society.

Methodology of research. Use descriptive method, analysis and observation. General scientific methods used in substantiating the role and meaning of social business and its learning process necessary to build economically developed state; organizational and economic methods – in determining the nature and mechanism of functioning of social business.

Findings. It was found that the interaction of social enterprises makes it possible to effectively combine business sensitivity and problem-solving environment and society with the benefit of business and people. Revealed, that result of functioning of social business, created opportunities that otherwise would have remained lost and inaccessible. Also grounded reasons why in Ukraine there is a problem with social business (lack of knowledge and educational skills, inability to find prospects for the creation of social enterprises, not understanding the importance of economic profit business, and social). Also the fact, why was useful to promote this type of activity and its prospects for the development of business environment in Ukraine and well-being of the population.

Originality. It was found reasons for the slow development of social business in Ukraine, in contrast to international experience; are existing promising companies that are actively developing and benefiting the public, explaining how these recommendations will help to increase the potential of human capital.

Practical value. The results of research can be used in further research on the development and creation of business incubators in Ukraine; in the classroom at the university on "Varieties of stimulating entrepreneurship"; as well as elective courses in economics to implement build powerful business incubators in Ukraine.

Key words: social entrepreneurship, social business, small business, large business, innovation, social business legal support, state support of social business.

Степаненко В.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ОСНОВНЫХ КАНАЛОВ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО БИЗНЕСА

Цель – исследовать опыт функционирования социального бизнеса за рубежом и в Украине, охарактеризовать его значимость и необходимость для общества.

Методика исследования. Используется описательный метод, анализ и наблюдения. Общенаучные методы применены при обосновании роли и значения социального бизнеса, и изучении процесса его необходимости для построения экономически развитого государства; организационно-экономические методы – при определении сущности и механизма функционирования социального бизнеса.

Результаты. Установлено, что взаимодействие социальных предприятий дает возможность эффективно совместить предпринимательскую чувствительность и решения проблем среды и общества с пользой для бизнеса и людей. Виявлено, что результате функционирования социального бизнеса создаются такие возможности, которые при других условиях остались бы потерянными и недоступными. Обоснованы причины

существования в Украине проблем с социальным бизнесом (отсутствие знаний и образовательных навыков, неумение найти перспективы для создания социальных предприятий, понимание значения не экономической прибыли от дела, а социальной). Также рассмотрено то, почему было бы полезным популяризировать такой вид деятельности и его перспективы для развития бизнес-среды в Украине и благополучия населения.

Научная новизна. Выявлены причины медленного развития социального бизнеса в Украине, в отличие от зарубежного опыта; приведены уже существующие перспективные предприятия, которые активно развиваются и приносят пользу общественности, что объясняет каким образом эти рекомендации помогут повысить потенциал человеческого капитала.

Практическая значимость. Полученные результаты исследования могут быть использованы в дальнейших исследованиях по развитию и созданию различных видов социального предпринимательства в Украине; на занятиях в ВУЗах по теме «Разновидности стимулирования предпринимательства»; а также на факультативных занятиях по экономике для реализации создания мощных социальных предприятий в Украине.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальный бизнес, малое предпринимательство, крупное предпринимательство, инновации, правовая поддержка социального бизнеса, государственная поддержка социального бизнеса.

УДК 631.151.61

Радько В.І.,
к.е.н., доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
Микитюк Д.М.,
к.с.-г. н., доцент,
НДІ «Укрпромагропродуктивність»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ІНТЕГРАЦІЇ ДРІБНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ – ВИРОБНИКІВ МОЛОКА

Постановка проблеми. Ринкові відносини висувають принципово нові економічні вимоги до функціонування й розвитку сільськогосподарського виробництва, особливо молочного скотарства. Головна із них – забезпечення конкурентоспроможності галузі й необхідного рівня рентабельності виробництва молока. У зв'язку із цим низькорентабельне, а у більшості господарств збиткове, молочне скотарство характеризується скороченням поголів'я, валового виробництва молока та молочної продуктивності корів. Зазначимо, що скорочення обсягів виробництва молока зумовлено двома основними причинами: по-перше, порівняно низьким технічно-організаційним рівнем галузі щодо забезпечення її конкурентоспроможності відносно інших галузей сільського господарства; по-друге, відсутністю еквівалентності в товарообміні між суб'єктами ринку внаслідок диспаритету між цінами на сільськогосподарську продукцію і цінами на матеріальні ресурси, енергоносії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності та напрямів інтеграції аграрного сектора економіки в умовах структурної перебудови присвячено роботи вітчизняних економістів-аграріїв, у тому числі Амбросова В.Я., Андрійчука В.Г., Єрмакова О.Ю., Зіновчука В.В., Лукінова І.І., Маліка М.Й., Саблука П.Т., Топіхи І.Н., Червена І.І., Шпичака О.М., Юрчишина В.В. та інших. Але поза увагою науковців залишилися дослідження щодо інтеграційних процесів в молочному скотарстві.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка теоретичних, методологічних положень і практичних рекомендацій щодо розвитку інтеграційних процесів в молочному скотарстві України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Характеризуючи діяльність сільськогосподарських підприємств, які займаються виробництвом молока, за результатами дослідження доцільно виділити три групи господарств за чисельністю корів, які мають відмінні стратегії розвитку виробництва: дрібні – (0–150 голів), середні – (151–300 голів), висококонцентровані (надвеликі ферми) – понад 300 голів.

Так, дрібні за кількістю дійного стада сільськогосподарські підприємства, незважаючи на низьку рентабельність, намагаються концентрувати свій виробничий потенціал з метою нарощування обсягів виробництва та реалізації молока [1].

Як свідчить досвід функціонування сільськогосподарських підприємств Хмельницької області, необхідно умовою підвищення ефективності молока є запровадження міжгосподарської кооперації.