

О.М.Іваницька, заступник директора Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету з наукової роботи, доктор наук з державного управління, професор  
І.П.Лопушинський, завідувач кафедри державного управління та місцевого самоврядування Херсонського національного технічного університету, доктор наук з державного управління, професор

## **Формування мереж соціального бізнесу**

### **Анотація**

Стаття присвячена висвітленню проблем соціальної відповідальності підприємницьких структур та розвитку соціального бізнесу. Запропонована ідея формування мереж соціального бізнесу в регіонах України.

### **Аннотация**

Статья посвящена проблеме социальной ответственности предпринимательских структур и развитию социального бизнеса. Предложена идея формирования сетей социального бизнеса в регионах Украины.

### **Annotation**

The article deals with the problem of social responsibilities of entrepreneurship items and social business development. The idea of social business network formation in regions of Ukraine is argued.

Постановка проблеми. Державне управління соціальною сферою стикається з численними бюджетними, кадровими та технічними обмеженнями, що не дає можливість уряду ефективно діяти в полі вирішення соціальних проблем. Подолати ці обмеження можливо за умов залучення структур бізнесу, потенціал яких має бути спрямовано на боротьбу з бідністю, спрямування допомоги найбіднішим верствам населення, стимулювання розвитку ділових якостей представників уразливих страт суспільства. Розподіл соціальної відповідальності між державою,

підприємницькими структурами і населенням є гарантією забезпечення майбутнього держави. Важливо знайти такі рішення та практичні підходи до спільного вирішення соціальних проблем суспільства, які б сприяли узгодженню інтересів усіх груп і заклали фундамент розвитку громадянського суспільства.

Ступінь розробленості проблематики. Існуюча широка платформа наукового обговорення проблематики, яке бере свій початок з ХУІІІ ст., з огляду на стислі рамки роботи, представлена лише кількома течіями наукової думки. Водночас, автори вважали за потрібне звернутись до досвіду практичних дій щодо розвитку форм соціального бізнесу, що у різних кутках земної кулі мало вражаючі наслідки.

Отже, метою публікації є аналіз деяких теоретичних підходів до підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу і практичних кроків щодо розвитку соціального бізнесу, а також вироблення рекомендацій щодо впровадження окремих положень цінного досвіду інших країн в Україні.

Дискусія щодо «соціальної відповідальності бізнесу» була піднята ще Адамом Смітом. За 17 років до своєї епохальної праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 р.) А.Сміт опублікував свою першу велику наукову роботу «Теорія моральних відчуттів». У ній великий вчений пише про «внутрішнього спостерігача», під яким має на увазі совість. Акцентуються увага на таких поняттях, як справедливість, свобода та моральні обов'язки, які сформовані Природою і Богом, а вже другорядними проблемами, на думку класика, виступають матеріальні інтереси та вигоди[1].

У сучасному науковому світі початок обговорення цієї проблематики пов'язують з появою досить провокуючої статті лауреата Нобелівської премії Мілтона Фрідмана у The New York Times Magazine в 1970 р. Вона носила назву, що повністю відповідала позиції автора: «Соціальна відповідальність бізнесу полягає в збільшенні його прибутків» [2].

Цю ж думку Фрідман повторив у 1982 році, зауваживши, що будь-які положення, що розглядають роль корпоративних менеджерів в іншому аспекті, ніж створення для стокхолдерів якомога більшої кількості грошей, підривають саму основу вільного суспільства. У науковій літературі постулати цих робіт М.Фрідмана названі теорією корпоративного егоїзму.

Згодом від такої відвертості в окресленні ролі ринку як основної рушійної сили економічного прогресу відмовились навіть найвідданіші прихильники монетаризму та неоліберальної концепції. Майже зразу з'явилися опоненти Фрідмана, які сформулювали основні положення теорії корпоративного альтруїзму. Зокрема, Е.Карнегі виділив два основні положення, на яких базується поняття соціальної відповідальності: принцип благодійності та принцип служіння [3].

У так званій контрактній теорії взаємовідносин суспільства і бізнесу відстоювалась думка щодо відповідальності підприємницьких структур не лише перед власними стокхолдерами, а перед зовнішніми акціонерами та рештою суспільства, які тієї чи іншою мірою пов'язані з цією структурою. Причому, еволюція поглядів на відносини між бізнесом, державою і домогосподарствами пройшло кілька стадій. Спочатку взаємовідносини обмежувались лише постулатом, що корпорація не повинна погрожувати стабільності суспільства, діючи за межами права. З розвитком громадянського суспільства на корпорації покладалось все більше обов'язків щодо дотримання екологічної рівноваги, рівноправності при найманні працівників, збільшення їх соціальних прав та пільг та ін.

На наш погляд, розвиток теорії соціального бізнесу йшло за двома напрямками: посилення відповідальності корпорацій, партнерства держави та бізнесу у соціальній сфері, з одного боку; посилення суспільної та державної відповідальності за якість надання соціальних послуг, з іншого. Останнє знайшло своє відображення в теоріях «груп», «нового публічного менеджменту», «політичних мереж», «демократичного врядування» тощо. Держава, формуючи грамотного і вимогливого споживача власних послуг,

тим самим вимагала і від бізнесу більш адекватного відгуку на соціальні запити соціуму.

Протягом останніх десятиріч спостерігалась кардинальна зміна підходу до регулювання взаємовідносин держави і підприємництва у сфері соціальних відносин. Починаючи з 70-х років минулого століття, вирішення цих проблем переноситься на наднаціональний рівень. Спочатку основні питання, які були підняті міжнародними організаціями, стосувались міжнаціональних структур, діяльність яких мала принаймні не погіршувати умови господарювання у місцях їх локації. Зокрема, у 1972 році Економічна і Соціальна Рада ООН запропонувала Генеральному Секретарю створити групу з числа провідних економістів, завданням якої стало б визначення ролі ТНК в системі господарських відносин. У процесі роботи ця група перетворилася на Комісію ООН з транснаціональних корпорацій, яка поставила за мету розробку проекту Кодексу поведінки ТНК (далі — Кодекс). У 1975 р. на другій сесії Комісії було створено Міжурядову робочу групу з розробки проекту Кодексу на основі пропозицій країн-членів ООН. Зауважимо, що Кодекс ще на початку планувався у вигляді резолюції Генеральної Асамблеї ООН і не мав навіть рекомендаційної сили.

У 1999 р. за пропозицією Генерального секретаря ООН Кофі Аннана під час Світового економічного форуму в Давосі було започатковано Глобальний договір. Цей документ представляє собою добровільну ініціативу, що спрямована на забезпечення соціальній відповідальності бізнесу й підтримку розв'язання підприємницькими колами різноманітних проблем глобалізації та створення стабільнішої і всеосяжної економіки. Нині понад 6 700 компаній стали учасниками Глобального договору та його 80 національних мереж. Ініціатива відстоює принципи соціальної відповідальності бізнесу для досягнення цілей ООН у чотирьох основних сферах: права людини, трудові відносини, навколишнє середовище та боротьба з корупцією. Учасники Договору оприлюднюють так званий звіт про прогрес, або соціальний звіт.

В ЄС питання про соціальну (більш вживаний термін — корпоративна) відповідальність бізнесу були на порядку денному у 2000 році, коли в Лісабоні Рада Європи підняла це питання перед підприємницькими структурами. Загальноєвропейське обговорення цієї теми розпочалось після представлення Європейською комісією Зеленої книги «Промування європейського підходу до соціальної відповідальності бізнесу». У ній визначено стратегію залучення бізнесу в сприяння соціальному прогресу та розвиток захисту доквілля понад ті зобов'язання, які унормовано в відповідних законодавчо-нормативних актах країни чи міжнародної спільноти.

У квітні 2003 г. Європейський парламент прийняв «Резолюцію з корпоративної соціальної відповідальності (CSR): Внесок корпоративної соціальної відповідальності в сталий розвиток». До низки інших документів належать Європейський кодекс соціального забезпечення, Європейська соціальна хартія, Переглянута стратегія соціальної єдності Ради Європи, Європейська Платформа дій проти Бідності та соціальної ізоляції, План дій Ради Європи для соціальної згуртованості та ін.

Ці документи свідчать про активні пошуки ідей та підходів щодо об'єднання зусиль держави, населення і бізнесу щодо досягнення соціального балансу на тривалий період.

Отже, узагальнюючи різні точки зору щодо соціальної відповідальності бізнесу, визначимо, що це поняття означає добровільно взяті обов'язки підприємницьких структур на постійній основі відповідати за вирішення численних соціальних проблем суспільства та окремих індивідів, громад, територій.

Зауважимо, що численні проблеми соціально-економічного характеру лишаються невирішеними. Спостерігається посилення розшарування населення, зростання рівня бідності та числа бідних у державах, вимирання сіл та селищ, посилення соціальної напруги у регіонах.

У 2000 р. під час проведення Світового Самміту Тисячоліття лідери 189 країн на засіданні ООН оголосили тисячоліття боротьбою з бідністю і підписали Декларацію Тисячоліття Організації Об'єднаних Націй. Визначено вісім орієнтирів розвитку, які згодом стали відомі як Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ). Уряди країн зобов'язалися досягти ЦРТ та домовилися зробити світ кращим для усього людства вже до 2015 року.

Кожна з країн виголосила свої орієнтири та індикатори реалізації ЦРТ. Відповідно, були розроблені і впроваджені відповідні програми, в яких зазначались строки та результати зусиль з подолання проблем бідності та вирішення інших соціальних проблем. До їх розв'язання долучилися держави, неурядові організації, організації бізнесу, міжнародні економічні організації, вчені. Одним із підходів було створення соціального бізнесу, який знайшов відображення у кількох працях видатних вчених сучасності.

Соціальний бізнес задумано, розроблено та організовано як комерційне підприємство — з продуктами, послугами, клієнтами, ринками, доходами та витратами [4, с.39]. Поняття «соціальний бізнес» та «соціальне підприємництво» трактується зараз досить широко – як будь-яка інноваційна ініціатива, яка ставить за мету допомогу людям [2, с. 48]. Водночас, ця допомога реалізується не як державний грант, а як політика залучення бідних верств у виробничі та організаційні процеси.

Професор Мічиганського університету Си Кей Прахалад (Coimbatore Krishnarao Prahalad) у своїй книзі «Багатство внизу піраміди» визначав ключовий постулат свого підходу до подолання бідності, яку він образно представив у вигляді піраміди. Її основу і, отже, ліву частку становить населення світу, що живе менш ніж на 3 тис. дол. у рік. Він відзначав, що замість того, щоб ставитись до бідного населення як до жертв соціальної несправедливості і трактувати їх як тягар для суспільства, слід залучити їх у підприємництво. Це відкриває нові можливості для держави. Прахалад відзначав, що процес залучення у бізнес чотирьох мільярдів найбіднішого населення, які становлять дві третини населення світу, вимагає радикальних

інновацій у технологіях та бізнес-моделях [5]. Наукові положення Прахалад успішно втілює в роботі невеликої фірми Праґа, яка спеціалізується на обміні знаннями та аналізі даних. Основна думка, яка проходить через всі постулати теорії Прахалад — необхідність створення нових соціальних цінностей спільними зусиллями населення, держави та бізнесу.

Інший приклад реального втілення ідей соціального бізнесу пов'язаний з ім'ям одного з найвидатніших вчених Бангладеш та світу – Мухаммадом Юнусом. Він писав: «Глобальна торгівля подібна до багатополосного шосе, яке пересікає світ вздовж та поперек. Якщо це шосе відкрито для всіх, якщо на ньому немає світлофорів, обмежень за швидкістю та габаритами, якщо немає навіть дорожньої розмітки — його цілком займуть гігантські трейлери з найбільш економічно сильних країн світу.... Так само місцеві, регіональні та національні ринки потребують розумних правил та ричагів дії, що дозволяють захищати інтереси малоїмущого населення» [4, с.19-20]. У роботі «Створюючи світ без бідності: Соціальний бізнес та майбутнє капіталізму» М.Юнус визначив два типи соціального бізнесу: перший виробляє суспільно корисні блага для бідного населення, другий — організує представників уразливих верств населення на участь у веденні бізнесу.

М.Юнус очолює рух «За корпоративну солідарну відповідальність» і разом із однодумцями створив банк Грамін, який надавав мікрокредити найбільш бідним особам, переважно жінкам. Принцип, який покладено в основу діяльності установи — кругова порука: наступний транш не може бути виданий, доки всі пов'язані між собою люди повністю не розрахується з попередніми заборгованостями. У Грамін- банку діяла і система матеріального і морального заохочення співробітників. Зокрема, була встановлена нагорода — найвищу відзнаку (червону зірку) отримував співробітник, який допоміг клієнту вийти з бідності.

Для залучення інвесторів М.Юнус пропонує створити фондовий ринок, який можна назвати соціальним. В його лістинг, за пропозиціями вченого, будуть включені лише соціальні компанії. Він має забезпечити ліквідність,

полегшить акціонерам входження на ринок соціальних інвестицій, а також вихід з нього. Фондовий соціальний ринок гарантуватиме громадський контроль і оцінку соціального бізнесу і створить деякий рівень «природного регулювання» на додаток до державного [4, с.44].

Зазначимо, що соціальне підприємництво підтримується різними фондами, зокрема, фондом Клауса Шваба, Джеффа Сколла, фондом «Ашок» Білла Дрейтона, фінансовими структурами тощо.

Отже, Україна має хороший приклад того, як можна вирішувати соціальні проблеми, не витрачаючи значні кошти в умовах тривалих бюджетних обмежень.

У Цілях розвитку тисячоліття, прийнятих в українській державі, що складається з шести орієнтирів та тринадцяти конкретних завдань на довгострокову перспективу, метою №1 ставиться завдання подолання бідності. Серед завдань зазначено такі, як:

Завдання 1: Зменшити вдвічі кількість населення, вартість добового споживання якого не перевищує 4,3 дол. США за паритетом купівельної спроможності, в порівнянні з 2001 роком.

Завдання 2: Зменшити на третину частку бідного населення (згідно з показниками, визначеними національною межею бідності).

Вважаємо, що основним підходом при запровадженні державної соціальної політики має стати розвиток мереж соціального бізнесу на регіональному рівні управління.

Під мережами соціального бізнесу автори розуміють системоутворюючі структури, які створюються за участі держави (у тому числі, в особі її регіональних представників) і сприяють вирішенню соціальних проблем суспільства переважно шляхом залучення населення в постійну самозайнятність на умовах ведення підприємницької діяльності.

Ідея мереж соціального бізнесу принципово відрізняється як від інших форм розвитку групового підприємництва осіб з низьким доходом, так і від форм взаємодії держави і суспільства, що запропоновані іншими науковцями.



Основні відмінності лежать у принципах взаємодії держави та цих утворень, характері діяльності та взаємовідносинах з фінансовими організаціями.

Сьогодні окремі ініціатори соціальних перетворень формують особливі структури, які базуються на нових принципах відносин влади та суспільства, стимулюють самоорганізацію та соціальну відповідальність. Зокрема, В.М.Алексєєв відзначає, що .. «адаптаційний механізм суспільної системи складається з двох основних елементів, що забезпечують системний підхід: це механізми самоорганізації та механізми централізованого управління... Для стійкого розвитку сучасного суспільства важлива наявність і висока ефективність обох механізмів» [6, с. 449]. Вчений запропонував і реально втілив у практику державного управління громадські ради — структури, які побудовані на засадах самоорганізації місцевої громади. Однак зазначимо, що формування подібних утворень спрямоване передусім не на бізнес, а на вирішення важливих для громади соціально-економічних проблем.

У м. Миколаїв розпочато реалізацію проекту «Сприяння розвитку соціального підприємництва». Зокрема, було об'явлено Конкурс на кращий бізнес-план для створення або розвитку соціального бізнесу. Конкурс проводиться серед недержавних і комерційних організацій, представників малого та середнього бізнесу. Передбачена і винагорода — переможці можуть отримати пільги — безпроцентний кредит на суму від 10 до 200 тис. грн. строком до 2-х років, адміністратором якого є Ерсте Банк.

Однією з форм, яка розвиває партнерство і взаємодію між малими підприємствами, є підприємницькі мережі. За визначенням А.Ардішвілі, підприємницькі мережі (далі - ПМ) — це довгострокові цілеспрямовані коопераційні угоди між взаємопов'язаними малими та середніми комерційними фірмами, які дають можливість останнім завойовувати та зберігати конкурентні переваги щодо підприємств, які не входять у дану мережу [7, с. 88]. Зазначимо, що дані структури можуть об'єднувати підприємства та організації, що відрізняються за своїми масштабами, тобто, малі, середні та великі. Отже, ці утворення націлені не на подолання бідності,

а скоріше на стимулювання конкуренції і мають характер реалізації переваг кожної із форм. Теорія підприємницьких мереж була розвинута у напрямку виокремлення певних переваг об'єднання у мережі: можливість більш швидкої модернізації стратегії фірм, застосування Інтернет для здійснення швидкої адаптації бізнес процесів. Іншим аспектом виділялась спроможність підприємств мережі виробляти продукти, які здатні були пропонуватись у глобальному світі і таким чином створювати нову вартість. В мікроекономічному аспекті А.Н.Асаул та ін. підкреслювали можливість бізнес-одиниць підвищувати свою ефективність за рахунок зниження виробничих витрат; підвищувати кисть виробництва; забезпечувати ефективність збуту продукції, знижувати ризики; модернізувати виробничу базу; модернізувати та розвивати системи сервісу та збуту [8].

Всі названі і деякі інші форми можуть бути втілені або реально запроваджуються на різних територіях української держави. Однак зауважимо, що важливим є використання усіх факторів розвитку суспільства, які можуть привести до прогресу в соціально-економічних відносинах між державою та владою. У соціум прийшла ера технологічності, коли людина не може жити без сучасних інформаційних технологій, які заповнюють її думки, час та життєвий простір. З іншого боку, неможливо сьогодні формувати економічні відносини, виключаючи потенціал фінансових інституцій і нові форми фінансової інфраструктури, які принесла с собою ринкова економіка.

Мережа соціального бізнесу передбачають створення на рівні регіону взаємопов'язаних між собою міні- та мікро-організацій, які реалізують моделі залучення уразливих верств населення або вироблення для них продуктів. В основі їх діяльності має бути покладений інформаційний обмін щодо споживацьких потреб та інтересів громади, груп людей і окремих осіб, їх можливостей, здатностей і здібностей щодо вироблення ідей, товарів і послуг. До цієї мережі мають залучатися фінансові організації: банки, кредитні спілки, страхові компанії, пенсійні фонди, які мають видавати

позики (мікрокредити) під гарантії місцевих органів влади або уповноваженого мережі соціального бізнесу, на якого покладено функції взаємодії з фінансовими інституціями. Держава має ретельно продумати систему пільг і преференцій для фінансових інституцій, які беруть участь в фінансуванні розвитку мереж соціального бізнесу. Місцеві органи влади мають всіляко сприяти інформаційній та організаційно-збутовій системі через надання вільних приміщень, комп'ютерних мереж та класів, ініціалізації проведення ярмарок, «свята вулиці» тощо.

Мережа соціального бізнесу змінює розподіл соціальних ролей. Традиційним є розподіл, згідно з яким держава виступає гарантом, контролюючим органом, регулятором відносин. Бізнес, максимізуючи свої прибутки, виробляє сукупність матеріальних і нематеріальних благ і послуг, що мають попит з боку суспільства. Бізнес вирішує питання зайнятості, структурного перерозподілу, конкурентності як економічної доцільності. В мережах соціального бізнесу підприємницькі структури долучаються до вирішення власних соціальних проблем, проблем розвитку громади, території, соціально незабезпечених верств населення. Держава, у свою чергу, стає головним партнером мережі соціального бізнесу. Концептуальна оцінка результативності соціального бізнесу визначається через так званий народногосподарський ефект — термін, від якого вже відмовились. На відміну від «підприємств з нульовою сумою», — терміну, який вже увійшов в обіхід і означає роботу структур, які націлені лише на отримання прибутку і вирішення власних проблем, — підприємства мережі соціального бізнесу мають давати реальний ефект — зменшення бідності і зростання реального рівня доходів в середньому по територіальному об'єкту.

Ключове слово, яке за умов розвитку соціальних мереж набуває більш широкого значення — прозорість, відкритість органів влади. Змінюється сам характер моніторингу взаємодії населення та суспільства. Сьогодні оцінка рівня довіри до уряду визначається в основному проведенням соціологічних опитувань, які не можуть відобразити реальну картину, оскільки мають явне

політичне забарвлення. Практично не проводяться опитування на предмет того, як змінилося б ставлення до уряду, якби державні органи сприяли розгортанню бізнесу в тій чи іншій сфері чи виду діяльності. Моніторинг та оцінка роботи органів влади в мережах соціального бізнесу повинна базуватись на реальних фактах зменшення бідності та зростання підприємницької активності за ініціативи самої громади.

За три роки, які залишилось до 2015 року, система державного управління має пристосуватися до нового покоління працівників і споживачів, їх нового мислення, вимог і бажань, до нових форм розвитку бізнесу, партнерства і кооперації та втілити нові форми, методи і механізми взаємодії держави та суспільства.

Висновки. Підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу є нагальним завданням держави. Одним з варіантів вирішення цієї проблеми є розвиток соціального бізнесу, який може приймати дві форми: започаткування діяльності фірми, орієнтованої на потреби уразливих верств населення, з одного боку, і сприяння створенню мікро-підприємств самим бідним населенням. В умовах невідкладної необхідності вирішення численних соціально-економічних проблем і реалізації завдань «Цілі Розвитку Тисячоліття» уряд України має апробувати низку нових інструментів і механізмів подолання бідності. Одним із нових механізмів пропонується розвиток мереж соціального бізнесу, в якому найбільш бідні жителі громади залучені до підприємництва та взаємодії між собою, створюючи таким чином власний соціальний ринок.

### **Список використаної літератури**

1. Смит, Адам. Теория нравственных чувств. — М.: Республика, 1997. — 351 с.
2. Friedman Milton The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits/ Milton Friedman //The New York Times Magazine.— 1970.—

September 13. — [Електронний ресурс].— Режим доступу:  
<http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>

3. Виттенберг Е.Я. Социальная ответственность бизнеса: широкий взгляд // Россия и совр. мир. - 2007. - N 3. - С.124-141.

4. Юнус М. Создавая мир без бедности: Социальный бизнес и будущее капитализма / Мухаммад Юнус, Алан Жоли. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — 307 с.

5. Prahalad C.K., Hart Stuart L. The Fortune at the Bottom of the Pyramid/ C.K.Prahalad, Stuart L.Hart //Strategy & Business. — 2002. — 1<sup>st</sup> quarter. — Issue 26. —P.1-16.

6. Алексеев В.М. Взаємовідносини держави та суспільства в Україні: управлінський аспект: Монографія. – Чернівці: Технодрук, 2010. – 524 с.

7. Ардишвили А. Предпринимательские сети — форма сотрудничества малых фирм // Проблемы теории и практики управления. — 1990. — № 4. — С. 88.

8. The Network Experience: New Value from Smart Business Networks/ Vervest, Peter H.M.; Liere, van, Diederik W.; Zheng, Li (Eds.). —2009. — XIV. — 370 p.