

Секція 24: Економіка, організація і управління підприємствами

Кривобок П. В.

аспірант кафедри економіки і права
Національний університет харчових технологій,
м.Київ, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ ВИГОДИ ПІДПРИЄМЦЯ ВІД ВИБОРУ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

В описі своєї моделі соціально-орієнтованого підприємництва [4] автор основну увагу спрямовує на соціально-економічний розвиток населеного пункту, де розміщується такий суб'єкт господарювання. При цьому оцінці вигоди для самого підприємства від вибору такої моделі підприємництва не виокремлено належного місця. Виходячи з цього, для більш повної оцінки ефективності формування і діяльності соціально-орієнтованого підприємництва необхідно визначити вигоду підприємця, який використовує дану модель.

Перш за все, потрібно зазначити, що держава за об'єктивних умов не здатна повністю розв'язати соціальні проблеми суспільства, а ресурси некомерційних організацій обмежені, діяльність не системна. Таким чином вирішення подібних проблем підприємницькими засобами є досить перспективним [5].

Соціальне підприємництво стає інструментом для вирішення соціальних проблем суспільства завдяки інноваційній складовій, тобто здатності бачити «провали» ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які були втрачені іншими учасниками економічної системи, і держава має можливість оперувати цим видом діяльності у власних інтересах. Так, наприклад, у розвинених країнах активно використовуються соціальні бонди: держава оприлюднює

соціальну ціль і бажаний результат/показник і, враховуючи кошти, які були б витрачені на вирішення цієї проблеми силами державних організацій, формує бюджет проекту. Якщо соціальне підприємство знаходить модель, як за ці гроші досягти бажаних показників, вкладається соціальний контракт. Соціальне підприємство під цей контракт залучає позичені кошти і проводить роботу. Якщо бажаного ефекту було досягнуто, держава оплачує роботу. Зважаючи на це, можна сказати, що соціальне підприємництво – це той бізнес, який «має попит» з боку держави, тобто держава підтримує цей бізнес, надаючи йому певні привілеї.

Разом з цим, враховуючи, що соціальне підприємництво зараз стає досить популярним, то новачку, щоб не загубитися на ринку, завжди необхідно стимулювати свій творчий потенціал, щоб зайняти більш вигідну позицію, ніж його конкуренти. Це також можна визначити вигодою для підприємства, так як підприємство стає новатором, отже збільшує свої конкурентні переваги.

Також варто визначити вигоду тих підприємств, які використовують корпоративну соціальну відповідальність.

Роль соціальної відповідальності у сучасних умовах функціонування бізнесу можна сформулювати двояко [2]:

- по-перше, соціальна відповідальність надає ряд конкурентних переваг, у тому числі пов'язаних зі створенням та підтримкою нематеріальних активів;
- по-друге, соціальні заходи підприємства є суттєвим елементом комплексу заходів пов'язаних із налагодженням відносин зі споживачем.

Филип Котлер визначає корпоративну соціальну відповідальність як «вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту місцевої спільноти за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу і

використання корпоративних ресурсів» [3].

Виходячи з цього, вигода підприємства від використання корпоративної соціальної відповідальності полягає в тому, що при рівних характеристиках продукції споживачі віддають перевагу продуктам та послугам тих компаній, які піклуються про соціальні аспекти розвитку суспільства і будують бізнес-стратегію з урахуванням принципів соціальної відповідальності [1,5]. Використовуючи заходи, що створюють в суспільному розумінні зв'язок конкретних марок і корпорацій з рішенням соціальних, екологічних, культурних і інших проблем, можна досягнути того, що відповідні товари та послуги стають більш привабливими для споживача. Подібні тенденції у більшій мірі притаманні розвинутим країнам, але невдовзі слід очікувати подібних змін і в поведінці вітчизняного споживача.

Також варто зазначити, що підприємства з соціальною спрямованістю мають суттєвий вплив на територію присутності. Тобто в розрізі моделі соціально-орієнтованого підприємництва, вигоду мають і місцева громада, і саме підприємство.

Таким чином, попри соціальну спрямованість, модель соціально-орієнтованого підприємництва є вигідною й для самого власника такого бізнесу. Зокрема, це додаткова підтримка з боку держави; відання споживачами переваги продукції підприємств цієї моделі порівняно з продукцією інших підприємств, що впливає на зростання попиту; позитивний імідж підприємства перед очима потенційних інвесторів тощо.

Література:

1. Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.); Независимый институт социальной политики. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. – 262 с.
2. Дудкін О.В. Соціальна відповідальність як складова маркетингової стратегії промислового підприємства//Механізм регулювання економіки. – 2008. - №4. – Т.2.
3. Котлер Ф., Ли Н. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Пер. с англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
4. Кривобок П.В. Соціально-орієнтоване підприємство як модель соціально-економічного розвитку сіл України//Агросвіт. – 2015. - №14.
5. Кульбако М.С. Соціальне підприємництво: кон'юнктурний тренд чи ефективний інструмент вирішення соціальних проблем суспільства?//Стратегія економічного розвитку України. – 2015. - №36. – С.232-240.
6. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.corporate-sitizenship.org.ua>