

Петровська І.П.
асистент ФММ НТУУ «КПІ»
Буханевич Д.В.
студент ФСП НТУУ «КПІ»

ПОДОЛАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ШЛЯХОМ ПРИВАТНОГО БІЗНЕСУ

У статті проаналізовано можливості подолання глибинних та нагальних соціальних проблем через новітній світовий тренд ведення бізнесу та приватної підприємницької діяльності, а саме, соціальний бізнес. Наводиться коротка історія виникнення самого поняття та феномену його появи. Розглянуто основні напрями і рекомендації щодо формування соціального бізнесу з урахуванням специфіки національної економіки і зарубіжного досвіду. Обґрунтовано можливості впровадження такого типу бізнесу в Україні та ступеню потреби українського суспільства у соціальному бізнесі як інструменті подолання соціальних проблем. Здійснено прогноз поширенню соціального бізнесу в Україні та визначено переваги, які він надасть.

Ключові слова: Соціальний бізнес, соціальна проблема, світовий тренд.

Вступ. У часи невизначеності, небезпеки і невідкладних соціальних проблем, є велика ймовірність, що одна з найбільш пригнічених верств сучасного українського суспільства може стати рушійною силою серйозних позитивних змін. Малий і середній бізнес України вже протягом десятиліть є «персоною нон-грата» в нашій економіці. Така елімінація відбувалася у зв'язку з монополістами новітньої історії України, та через винищення як клас у часи Радянського Союзу. Сьогодні найбільш розвинені країни рухаються до більшого заохочення людей до дій, активізму, організації і креативу. Стимулювання приватного бізнесу в Україні може бути використано саме в такому контексті в якості потужного інструменту для вирішення величезних соціальних проблем – відсоток населення, що живе за межею бідності, безробіття, корупція у соціальній сфері (медицина, освіта) – лише деякі з них. Розбити дане речення на два, та перефразувати. Світ рухається в бік соціального бізнесу і саме проблема впровадження такого виду підприємництва стає актуальною в Україні.

Постановка завдання. Описаний як «новий вид капіталізму, який служить найбільш насущним потребам людства» засновником соціального бізнесу – лауреатом Нобелівської премії миру Мухаммадом Юнусем – соціальний бізнес може отримати друге народження в, здавалося б, малоімовірному місці – сучасній Україна. Під соціальним бізнесом розуміємо ідеологію ведення підприємницької діяльності,

фундаментальною метою якої є не прибуток, а вирішення соціальної проблеми

Метою статті є дослідження феномену соціального бізнесу у сучасному світі та аналіз можливості впровадження його в Україні.

Результати дослідження. В теоретико – прикладній сфері концепцію соціального бізнесу розглядають передусім вчені зі Сполучених Штатів Америки. І це природно, адже ідея підприємництва, «американська мрія», справедливість і рівність знаходить свій симбіоз саме в американській культурі. Майкл Портер[1] – професор бізнес стратегії Школи Бізнесу Гарвардського Університету присвячує свої праці розгляду питання вирішення соціальних проблем через бізнес. М. Портер[1] визнає, що він є упередженим в цьому питанні, адже є викладачем бізнес школи, тим не менше, його позиція і аргументація занадто сильна, щоб її заперечувати. Лейтмотивом і головним аргументом його підходу є те, що коли бізнес вирішує певну проблему, він отримує прибуток – що дозволяє цьому вирішенню збільшуватись. Іншими словами – вирішення проблем нестачі продуктів харчування, боротьби з цензурою, боротьби проти порушення прав людини – коли налагоджена на підприємницький ґатунок буде мати системні, зростаючі та, загалом, надзвичайні показники. Журнал Форбс[6] назвав Майкла Портера «найбільш відомим та впливовим бізнес професором в історії», саме тому з його думкою варто рахуватись. У сучасному світі, справді, існує надзвичайно важлива проблема – розрив корпорацій та суспільства. Будь який бізнес (навіть соціальний) буде сприйматися негативно суспільством, яке звикло до практики великих корпорацій лише шкодити середньостатистичному громадянину. Компанії повинні брати ініціативу на себе у подоланні цього розриву між інтересами суспільства та корпорацій, адже. Вирішенням цього може бути підхід «спільного інтересу», який має на меті створення економічної вигоди, одночасно зі створенням вигоди для суспільства.

У даний час Україна повільно, але неухильно, спадає до найнижчих частин списків, що описують рівні соціальних показників, соціальних явищ. Бідність, рівень освіти, охорона здоров'я, доступ та поширення новітніх технологій, відкритість влади та свобода ЗМІ, довіра до влади, навколишнє середовище і, що найголовніше, корупція становлять найбільші соціальні проблеми України. Соціальний бізнес представляє собою дуже привабливе рішення для цих викликів українського суспільства.

Бізнес іноді розглядається як проблема – фаст-фуд компанії і фармацевтичні компанії ставлять під загрозу життя наших громадян, нафтові компанії піднімають ціни на пальне, великі супермаркети знищують менші точки збуту і накладають навантаження на гаманець середньостатистичного українця, мобільні оператори створюють гегемонію на ринку телекомунікацій та самі визначають неринкові ціни. Великий бізнес рідко сприймається як інструмент вирішення якоїсь проблеми, а не навпаки. Проте, це абсолютно реально. Неурядові

організації, малий і середній бізнес – це справжні рушії соціально – економічного успіху. В умовах стагнації української економіки та, одночасно, великих викликів у соціальній сфері – сили цих підприємств можуть бути спрямовані на подолання багатьох проблем.

Концепція соціального бізнесу дуже проста – створення бізнесу для вирішення соціальної проблеми та відсутність здобуття прибутку як мети. Сенс у тому, що компанія не має прибутку – все інвестується назад в компанію, для того, щоб розширити свій вплив, можливості і принести подальші поліпшення. Фінансово – економічна стійкість (самодостатність, якщо бути точним) є одним з основних принципів соціального бізнесу. Інвестиції вітаються, але, будучи некомерційними організаціями, або соціально-спрямованими організаціями, інвестори, вкладаючи кошти не мають на меті отримання певних вигод. Вони отримують стільки грошей, скільки вклали у підприємство такого виду. Це дозволяє соціальному бізнесу залучати тільки тих людей, які дійсно піклуються про завдання бізнесу, його мету, соціальну проблему на подолання якої це підприємство було створено і хочуть допомогти. Відомим прикладом цілої платформи для створення соціальних підприємств, організацій, тощо, є проект під назвою Kickstarter[4]. Ідея проекту полягає у створенні платформи для людей, які мають оригінальну або досить просту але ефективну ідею, як подолати соціальну проблему не маючи коштів, щоб це зробити. Починаючи з розбитої лавки в парку, закінчуючи проблемою голоду в Африці – ця платформа забезпечує людей механізмом для можливості запропонувати шляхи вирішення проблеми. Активісти у всьому світі можуть брати участь, жертвуючи необхідну суму грошей для початку вирішення проблеми кампанії. Таким чином, створюється підприємство, можливо навіть те, яке існує лише в електронному вигляді, а не фізичному, яке працює на подолання соціальної проблеми. Якщо екстраполювати цю ідею в реальність України – ми можемо відразу ж отримати унікальну здатність долати виклики у соціальній сфері, такі як – відсутність лікарських препаратів або обладнання, забруднення в навколишньому середовищі і т.д., навіть не залучаючи владу. Це не тільки призводить до більш швидкого, більш ефективного і дієвого рішення, це також усуває бюрократію і корупцію. Придбання нових підручників у місцеву бібліотеку або нового обладнання в клініку можна зробити швидше і краще за допомогою приватного бізнесу, незалежних організацій, а не уряду.

Схожу схему пропонує ресурс Big Idea[5] – найвідоміший проект якого є фінансування Громадського телебачення в Україні. Цей приклад ілюструє можливість створення організації, яка робить бенефіціаром не акціонерів компанії, олігархів, чи раду директорів, а суспільство і громаду. У цьому випадку відсутність громадського телебачення на території України була подолана без будь-якої участі політичних сил, монопольних підприємств і, відповідно, без збагачення цих елементів суспільства. Бізнес повинен бути і є основою для будь-якої економіки, але він також може

бути базисом, який і визначає можливості того, як буде усталений лад у цьому суспільстві. Суспільна свідомість в поєднанні з бізнес силами і можливостями може стати інструментом, що допомагає суспільству регенеруватись, ставати самодостатнім і знищувати соціальні проблеми та робити це власними силами. Іншим прикладом ведення підприємницької діяльності, яка допомагає суспільству, радше ніж використовує його для самозбагачення є соціально свідомий бізнес. Це свого роду дорожня карта, модель бізнесу, для різних соціальних інвестиційних стратегій. Основною метою такого ведення бізнесу є генерування якомога більшої віддачі в соціальній, екологічній сфері, аніж фінансової. В основі цієї модифікації соціального бізнесу, де прибуток не був метою, лежить прагнення здобувати прибуток, але за рахунок підтримки ініціатив, що сприяють розвитку суспільства, покращенню екологічних проблем тощо. Інвестування, як одна з форм соціально свідомого підприємництва, направлена на соціальні та екологічні ініціативи. Такий тип інвестування, як соціально відповідальне інвестування (SRI) характеризується розгортанням капіталу головних інвесторів не в найбільш прибуткових сферах, а саме: банківських, промислових, соціальних, «зелених», етичних і т.д. Тут здобувається певний баланс отримання фінансової вигоди та соціального блага. Загалом, соціально відповідальні інвестори заохочують корпоративну практику, що спонукає до охорони навколишнього середовища, захисту прав споживачів, прав людини, і рівноправ'я. Деякі цілеспрямовано протиставляють себе та протидіють підприємствам, що працюють у сферах алкоголю, тютюну, азартних ігор, зброї, та / або військових сферах. За іронією, саме останні дві сфери можуть мати великий попит у сьогоднішній Україні, але це скоріше виключення з правил притаманних для соціального бізнесу сфер. Застосування таких шляхів управління державою або управління компанією дозволить Україні зробити стрибок від країни, що розвивається до розвинутої європейської країни. Малий і середній бізнес може по-справжньому перетворити країну і почати висхідний рух її розвитку. Досвід таких країн, як Швеція, Чехія, Канада, Грузія, свідчить про позитивний ефект того, як соціальні інвестиції впливають на стан країн або певних регіонів. Прискорення соціального бізнесу через державну політику допомагають зняти тягар з самого бюджету країни, не кажучи вже про саме вирішення, власне, самих соціальних проблем. У більшості провінцій Канади, районів Швеції та регіонів у Грузії, офіційні особи країни тільки спостерігають за тим, як місцеві підприємства та активісти НУО (неурядових організацій) роблять роботу, що, як правило історично делеговані уряду. Неможливо копіювати методи, чи закони цих країн, так само, як неможливо запозичувати зрілість від них. Україна повинна дістатися до цієї точки своїм власним шляхом і є позитивні припущення, що статись це може доволі скоро. Найважливішим, для провадження моделей соціального бізнесу, є підтримка населення, попит на такий бізнес. Наступним є підтримка держави, тому якщо два елементи присутні у суспільстві – створюється базис для швидкого та

ефективного впровадження соціального бізнесу в країні. Для України характерний тренд розвитку соціального бізнесу в найболючіших сферах – свобода преси та корупція, створюються незалежні медіа ресурси та аудиторські компанії, компанії-наглядачі, які займаються вивченням та моніторингом явищ корупції в державі, при цьому, будучи недержавними організаціями та працюючи лише на подолання самої проблеми, а не для отримання прибутку.

Поточні дослідження показують, що переважною тенденцією серед українського суспільства є те, що майже 80 відсотків людей хотіли б взяти більшу участь в створенні кращого суспільства, формуванню громадянського суспільства. Якщо ще й відняти соціально пасивні класи населення, то цей показник збільшиться ще на 10 відсотків. Це показує, що серед людей є потенціал, робоча сила і готовність взяти участь у створенні чогось більшого, ніж просто кар'єра або досягнення певного індивідуального благополуччя. Існує чітка воля більшості населення змінити те, як ми живемо. Таким чином, НУО та соціальні ділові підприємства є найкращими інструментами, через який цей потенціал населення може реалізуватись. За підтримки уряду, або, хоча б, політики невторчання, результати такого потужного суспільного руху були б відображенні у швидкому зменшенні соціальної напруги та покращень у всіх галузях життя – галузі охорони здоров'я, освіти, зниження або викорінення корупції, покращення екології, громадського транспорту, телекомунікації і так далі. Рух у цьому напрямку починається вже зараз і видно, що процес запуску саме такої моделі суспільства є бажанням більшості українців. Підйом громадянського суспільства є незаперечним, а тому саморегуляція суспільства стане його природньою деривацією. Україна стає одним зі світових лідерів у залученні громадян до управління країною і кількістю громадських активістів. І хоча оркестрування цього процесу самою державою є не ідеальним, воно все одно почне приносити результати. Дослідження показують, що Україна вже давно готова і потребує важливих зрушень у політиці, суспільстві, в цілому. Після того, як ці зворушення почали відбуватися, історія показує, що процеси ці стають не зворотними і лібералізація суспільства буде лише набирати оберти. Джерелом благополуччя України в перспективі може бути саме лібералізований малий і середній бізнес, неурядові організації та суспільство, в якому буде культивуватись і підтримуватись потреба у таких організаціях. І це тільки питання часу, коли такі тенденції почнуть реалізовуватись на практиці, адже суспільство і бізнес вже готові допомогти Україні в цій трансформації. Розглянемо приклади деяких підприємств, які були створені (або перейшли) на модель соціального бізнесу, разом із коротким описом їх мети та результатів діяльності (табл.1).

Виходячи з наведеної інформації у таблиці 1 можна побачити диверсифікацію можливих галузей застосування моделі соціального бізнесу, а також успіхів, яких можна досягати залучивши такий підхід в

практиці національного виробника. Починаючи від глобальних проблем країн третього світу – голоду серед дітей та молодих мам у Бангладеш, закінчуючи новітнім викликом сучасних інформаційних суспільств – соціальних бізнес може бути успішно використаний проти будь-якого соціального виклику.

Таблиця 1

Приклади реалізації соціального бізнесу

Проект	Суть проекту та де реалізовано
Grameen Danone Foods Ltd.	Цей проект діє з 2006 року, метою є створення дочірнього підприємства компанії Danone, яка випускає збагачені поживними речовинами йогурти по ціні 0,06 євро для населення Бангладешу – країні, з найнижчим рівнем споживання їжі серед дітей та молодих матерів за даними UNICEF. Крім самого продукту, який допомагає десяткам тисяч людей, підприємство надає робочі місця для 1600 місцевих працівників.
Cameraphone	Близько 10 років підприємства з США, які займаються розробкою новітніх технологій виділяють певну кількість пристроїв для здійснення відео зйомок, які надсилають в найгарячіші точки Африканського континенту і роздають бажаним активістам. Метою є створення умов для забезпечення відео фіксації порушень прав людини, поліцейської бруталності та привернення уваги світу до проблем Африки.
Social TV	Проект, який працює у країнах Західної Європи, де велика кількість громадських активістів власним коштом створили мережу для поширення оперативної інформації та новин. Має аналог в Україні – Громадське ТВ. Метою є створення мобільних, автономних, сучасних і незалежних ЗМІ, які не керуються та не координуються начальством, владою, спонсорами.

Висновок. Головний посил соціального бізнесу – «Змінити світ, змінюючи окремих людей, громади, селища, міста, країни».

Експансія соціального бізнесу як явища – очевидне підтвердження цього слогану. У 2010 році першим містом соціального бізнесу став Wiesbaden (Німеччина). Сьогодні у Вісбадені існує вулиця, на якій кафе, магазини та інші підприємства працюють за принципом соціального бізнесу.

На Глобальному саміті соціального бізнесу у 2011 році говорили про друге європейське місто соціального бізнесу – Люксембург, третім стало японське місто Фукуока, а нещодавно, в лютому 2013 року список доповнився невеликим містечком в Італії – Пістойя. Цього року на Саміті зазвучали й інші імена, зокрема, Rio de Janeiro (Бразилія) – і це лише початок. Нарівні з містами, в стадії реалізації ідея сіл (селищ) соціального бізнесу по всьому світу.

Виходячи з вищезазначеного, соціальний бізнес зростає стрімкими темпами. Паростки його з'являються і в Україні. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також великі та малі вітчизняні підприємства й організації, які удосконалюють свою діяльність. Однак зазначений процес потребує певної координації та стимулювання, а відтак активної участі в ньому держави, яка повинна визначити соціальний бізнес як бажану поведінку для бізнесу і

розробити комплекс відповідних стимулів (до цього вже дійшли державні органи країн-членів ЄС). Саме тому в Україні підтримка держави необхідна як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки компаній, просування найкращих практик вітчизняних компаній із соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, так і для підвищення престижності досконалих організацій і процесів безперервного системного вдосконалення. Це дозволить більшості компаній посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших заінтересованих сторін, а суспільству знайти ще один вагомий інструмент подолання соціальних проблем.

Список використаних джерел

1. Michael Porter. Why business is good at solving social problems / Porter Michael . – TEDtalks, – 2013. – pp. 1-13
2. Ray Anderson. The business logic of sustainability / Anderson Ray. Princeton Lecture, – 2009. – pp. 8-11
3. Рябова О. Соціальний бізнес може змінити світ! [Електронний режим]. – Режим доступу : gurt.org.ua/interviews/20604
4. Kickstarter [Електронний режим]. – Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/wiki/Kickstarter>
5. Bigidea [Електронний режим]. – Режим доступу : <http://biggggidea.com/>
6. Frederick Allen. The World's Most Influential Business Thinkers / Allen Frederick [Електронний режим]. – Режим доступу: www.forbes.com/sites/susanadams/2013/11/11/the-worlds-most-influential-business-thinkers-2013/

Петровська І.П.

асистент ФММ НТУУ «КПІ»

Буханевич Д.В.

студент ФСП НТУУ «КПІ»

ПРЕОДОЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ С ПОМОЩЬЮ ЧАСТНОГО БИЗНЕСА

В статье проанализирована возможность преодоление глубинных и насущных социальных проблем с помощью нового мирового тренда ведения бизнеса и предпринимательской деятельности – социального бизнеса. Приводится короткая история возникновения самого понятия и феномена его появления. Рассмотрены основные направления и рекомендации формирования социального бизнеса с учётом национальной специфики и иностранного опыта. Обоснована возможность имплементации такого типа бизнеса в Украине и уровня потребности украинского общества в социальном бизнесе, как инструменте преодоления социальных проблем. Осуществлен прогноз расширения социального бизнеса в Украине и определены преимущества, которые он принесет.

Ключевые слова: социальный бизнес, социальная проблема, глобальный тренд.

Petrovska I.P.

assistant of the Faculty of Management and Marketing NTUU «KPI»

Buhanevyc D.V.

student of sociology and law NTUU «KPI»

OVERCOMING SOCIAL PROBLEMS THROUGH PRIVATE BUSINESS

The article provides analysis on the possibility of overcoming deep and urgent social problems through the new global trend of entrepreneurship activity – social business. A brief history of how the social business term was coined and the phenomenon of its appearance itself are provided. Main directions and recommendations of how social business can be formed are overviewed with consideration of social specifics and foreign experience. The possibility to implement social business model in Ukraine and the demand of one among Ukrainian society as a tool to solve social problems are analyzed. A forecast for social business development in Ukraine are provided, alongside with the benefits that they bring.

Keywords: Social business, social problem, global trends.

Погребняк А.Ю.

асистент, ФММ НТУУ «КПІ»

Матвієнко І.М.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ МІСЦЯ БЕНЧМАРКІНГУ В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті висвітлено історичні аспекти до підходи до визначення поняття бенчмаркінг. В процесі дослідження було здійснено порівняння підходів бенчмаркінгу і конкурентного аналізу. Авторами визначено ключові помилки, основні переваги та проблеми використання бенчмаркінгу в Україні.

Ключові слова: бенчмаркінг, конкурентне середовище, бізнес-процес.

Вступ. Проблема економічного розвитку країни шляхом підвищення конкурентоспроможності підприємств в усій різноманітності своїх аспектів відображає практично всі сторони життя суспільства, і тому