

- вона підтримується керівництвом організації і забезпечує його необхідною інформацією;
- вона тісно пов'язана з роботою планувальних підрозділів організації;
- робота фахівців цієї системи пов'язана з роботою фахівців, що відповідають за стратегічні питання в організації.

Зовнішнє та внутрішнє середовище фірми тісно взаємопов'язані: з однієї сторони, фірма створює внутрішнє середовище під впливом та на базі врахування факторів зовнішнього середовища, з другої – фірма адаптується до зовнішнього середовища за допомогою чинників внутрішнього середовища.

Література:

1. Бізнес-середовище в Україні. Проект «Розвиток підприємництва в Україні» : Міжнародна фінансова корпорація (IFC), 2007. – 108 с.

2. Wood R. Managing Complexity: [how Businesses Can Adapt and Prosper in the Connected Economy]: ProfileBooksLimited, 2000 – 310 p.

Марія КУЛЬБАКО

*ДВНЗ Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РЕАЛІЗАЦІЇ НИМИ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ

Тенденція до участі бізнесу в реалізації соціальних програм, яка проявляється в різних формах соціального партнерства, за останні десятиліття значно поширилася в усьому світі. Соціальне партнерство передбачає широку номенклатуру методів та інструментів взаємодії бізнесу із установами, відповідальними за реалізацію соціальних програм, або з представниками соціально-вразливих і залежних груп населення та установ відповідно до реалізації місії, цілей та мотивації бізнесових структур до участі в таких програмах.

Залежно від того, наскільки бізнес-діяльність інтегрована з соціальною програмою, можна виділяти 3 моделі соціального партнерства: - соціальне партнерство, за якого діяльність, котрою займається компанія безпосередньо не пов'язана з соціальними програмами, але частину своїх доходів направляє на їх реалізацію; - соціальне партнерство, за якого діяльність підприємства побудована на взаємодії із соціальною програмою; - діяльність компанії в рамках соціальної програми [1, с. 26-30]. Останній вид в Західних джерелах називають «social entrepreneurship». Однак, цей термін в перекладі «соціальне підприємництво» не можна застосовувати у вітчизняній практиці, оскільки слово «підприємництво» є синонімом слова «бізнес» і використовується в значенні комерційної діяльності. Відповідно, бізнес не може бути соціальним [2, с.29; 3, с.103].

Зарубіжний досвід демонструє результативність соціального партнерства у вирішенні соціальних проблем [4]. Залучаючи бізнес до реалізації соціальних програм, уряди отримують змогу: зменшити навантаження на відповідальні за реалізацію певних соціальних функцій державні органи, точно і оперативно реагувати на локальні проблеми населення, розвивати ті сфери та регіони, які залишалися нерентабельними для традиційного бізнесу.

Наразі у державних програмах України не передбачена участь приватного бізнесу в рамках соціального партнерства для реалізації соціальних ініціатив. Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» також такої участі не передбачає. Однак, наприклад, бізнес, який би використовував працю інвалідів, надаючи їм, окрім заробітної плати, відповідні умови для соціалізації, професійної реалізації, міг бути основою політики соціального забезпечення верств населення з обмеженими можливостями.

Тому завданнями уряду є: по-перше, переглянути принципи реалізації соціальної політики та побудувати її відповідно до тенденцій розвинутих країн, які передбачають

застосування бізнес-складової для реалізації соціальних програм; по-друге, знайти такі методи та інструменти державної політики, які б дали змогу збільшити потенціал соціального партнерства та направити його на вирішення основних задач соціальної сфери.

Перешкодами для розвитку соціального партнерства є ряд факторів: А) на макрорівні: необізнаність державних управлінців з тенденціями розвитку організацій соціального партнерства, існування бюрократичних бар'єрів, відсутність міжгалузевого принципу роботи державних інституцій; Б) на мікрорівні: проблема формування ресурсної бази для реалізації соціального партнерства, відсутність або недосконалість стратегії розвитку і пов'язана з цим нездатність адаптуватися до потенційних і фактичних змін середовища, недосконалість підприємницьких та управлінських навичок для управління соціальним підприємством, протиріччя в психології соціального підприємця, пов'язані з розбіжністю між логікою підприємницької та громадської або соціальної діяльності; В) у науковій площині: відсутність єдиного підходу до визначення, труднощі у розмежуванні форм, виділенні критеріїв розмежування, проблема визначення соціальної цінності та її вимірювання.

Управління розвитком соціального партнерства в Україні потрібно базувати на пошуку зацікавленості у ключових суб'єктів взаємодії – бізнесу і соціуму. Їх інтерес побудований на максимізації результатів діяльності, і, говорячи про залучення до партнерства, варто акцентувати на потенціалі для розвитку, який зможуть отримати всі партнери. Однак, сила цього інтересу (а з нею і міцність зв'язків) у кожній моделі різна. Бізнес, який направляє частину прибутку на реалізацію соціальних проектів чи програм у формі благодійності, часто робить це задля задоволення своїх комерційних інтересів (наприклад, для збільшення лояльності населення або уряду). Лише друга модель дає бізнесу можливість отримувати прибутки, створюючи таким чином безпосереднє зацікавлення у взаємодії з соціальною програмою.

В Україні юридичні та фізичні особи-підприємці можуть включати до собівартості благодійні внески неприбутковим організаціям, що не перевищують 4% від оподаткованого прибутку за попередній рік [5]. В інших країнах, зокрема в США та Європі дозволено направляти на благодійність до 10% від валового прибутку (в Латвії навіть до 20%) [6]. Таким чином, можливість компаній виключити зі складу доходів кошти для спрямування їх на реалізацію соціальних програм є стимулом для розвитку соціального партнерства.

Багато підприємств, які функціонують за моделлю №2, є достатньо успішними. Але всі вони на першому етапі стикаються з проблемою залучення початкових ресурсів. Цю проблему можна обійти, використовуючи для інвестування в соціальний бізнес, наприклад, ресурси недержавних пенсійних фондів. Тому слід запропонувати направляти кошти недержавних пенсійних фондів на реалізацію бізнесових проектів, що взаємодіють із соціальними програмами. Це може бути: створення підприємств для працевлаштування незахищених верств населення; бізнес пов'язаний з переробкою відходів, бізнес з видобутку альтернативної енергії, проекти зі здоровим харчуванням тощо.

Інтерес до соціального партнерства важливо формувати у молоді. Так, наприклад, можна запропонувати студентам профільних факультетів взяти участь в аналізі та обговоренні кейсів щодо участі бізнесу в реалізації соціальних програм. Розв'язання кейсів, які можуть бути створені як на основі зарубіжного досвіду, так і українських прикладів, дасть змогу студентам: зрозуміти принципи функціонування моделей соціально партнерства; визначити ключові відмінності між умовами для розвитку соціального бізнесу за кордоном та в Україні; спрогнозувати можливі напрямки розвитку вітчизняного соціального партнерства.

Література:

1. Alter S.K. Social Enterprise Typology. *Virtue Ventures* LLC. Nov. 27, 2007, p. 124.
2. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Підручник. Видання 3-є, перероблене і доповнене. / Г.В. Осовська, О.А. Осовський – К.: «Кондор», 2006. – 664 с.
3. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов — К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.