

ВЗАЄМОДІЇ БІЗНЕСУ ТА ОРГАНІВ ВЛАДИ – ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

В останні роки практично в усіх країнах світу посилюється співпраця між органами влади, особливо місцевими та бізнес-структурами. З практичного досвіду зарубіжних країн можна визначити велику кількість соціальних проблем, вирішення яких може сприяти великий бізнес. Зокрема, це [1]:

- створення нових робочих місць;
- підвищення кваліфікації та навчання;
- надання додаткових соціальних пакетів працівникам;
- будівництво міських соціальних об'єктів та їх утримання (у сферах освіти, культури, охорони здоров'я тощо);
- благоустрій населеного пункту;
- фінансування наукових або освітніх проєктів;
- вдосконалення транспортних та комунікаційних систем;
- реалізація спеціальних соціальних програм (боротьба епідемією коронавірусу (COVID-19), зі СНІДом, наркоманією, дитячою безпритульністю тощо);
- вирішення екологічних проблем; меценатство;
- проведення культурно-спортивних заходів;
- реставрація та будівництво культових споруд.

Зрозуміло, бізнес використовує свої ресурси, з метою створення сприятливого іміджу в очах суспільства за допомогою реклами, розумного розподілу дотацій (видачі стипендій, грантів і т. ін.) тощо. З іншого боку, співпраця бізнес-структур в певних рамках з органами влади сприяє розвитку такого виду підприємництва як соціальне.

Перш за все, соціальне підприємництво – це діючий бізнес, який в першу чергу орієнтований на вирішення конкретної соціальної проблеми. Це перша і одна з ключових відмінностей соціального підприємництва від традиційного комерційного бізнесу. Це бізнес із соціальною місією, тобто застосування кращих бізнес-практик для вирішення певних соціальних проблем. Це можуть бути проблеми різного роду: чи стосується це уразливої групи людей, наприклад, безробітних, літніх людей або людей з особливими фізичними або розумовими потребами, або подолання бідності, або рішення наслідків несприятливої екологічної ситуації в регіоні тощо.

Друга ключова особливість соціального підприємництва – це інновації, тобто компанія виробляє новий продукт або послугу, якого ще ніколи не було на ринку, або для тих продуктів або послуг, які вже існують, створюється деяка нова додана вартість.

Третій важливий момент, який відрізняє соціальне підприємництво від традиційного бізнесу – розподіл доходів. Тут важливо розуміти, що прибуток як і раніше важливий результат підприємницької діяльності, тому що його приріст свідчить про успіх бізнесу, але дохід не є самоціллю. Традиційний бізнес працює заради прибутку, тобто з мінімальними витратами заради отримання якомога більшого доходу. При соціальному підприємстві прибуткова діяльність це така діяльність, коли чистий дохід не присвоюється і не розподіляється між засновниками, а інвестується для досягнення соціальної мети, заради якої було створено саме підприємство [2, с. 24].

Для України таке позитивне партнерство влади та бізнесу, що сприяє розвитку соціального підприємництва знаходиться в зародковому стані. Соціальне підприємництво це нова галузь не тільки в Україні, але і в світовому контексті. Однак про соціальний аспект в бізнесі говорять давно, і зараз навіть серед великих компаній або корпорацій спостерігається тенденція збільшення кількості компаній, які набувають риси соціальної орієнтації, що реалізують різні ініціативи в рамках своєї корпоративної соціальної відповідальності.

Сьогодні також дуже часто можна почути фразу про те, що до кінця цього століття бізнес або стане соціальним, або соціально орієнтованим. Що стосується тенденцій в соціальному підприємстві, то це, як правило, ініціатива самих підприємців.

В Україні існує велика кількість соціальних проблем, які існують роками, десятиліттями і не вирішені. Соціальне підприємство дозволяє конкретним громадам, командам або окремим особам брати справу в свої руки і за допомогою соціального підприємництва вносити вклад в розвиток загального блага і в той же час забезпечувати особистий професійний ріст або благополуччя [3].

Тобто соціальне підприємництво – це бізнес, який змінює суспільство. Метою співпраці між органами влади та бізнес-структурами є підтримка соціальних підприємств, надання всіх важливих інструментів, які можуть допомогти генерувати нові ідеї для соціальних стартапів та існуючих підприємств.

Література:

1. Економічний діалог: партнерство заради успіху. Аналітична доповідь. Національний інститут стратегічних досліджень. Центр антикризових досліджень. URL: http://old.niss.gov.ua/Table/8022007/doklad.htm#_ftnref11 (дата звернення: 14.06.2021).
2. Квітка С.А. Взаємовідносини держави та бізнесу: мінливий баланс впливу. *Теорія та історія публічного управління*. 2014. № 11–12 (13–14). С. 24.
3. Мельник М. Партнерство держави і бізнесу як фактор ділової активності в Україні. URL <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2010/03/4.pdf> (дата звернення: 07.06.2021).