

Дюк А. А., к.е.н., доцент
кафедри економіки
Вінницький національний
аграрний університет,
Україна

СУЧАСНА РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ФОРМУВАННІ СУСПІЛЬНОГО ДОБРОБУТУ

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, суспільство, добробут, потреби.

Keywords: entrepreneurship, social entrepreneurship, society, welfare, needs.

Формування суспільного добробуту націй, спільнот, індивідів у сучасному глобалізованому світі, залежить від багатьох чинників. Вирішальний серед них — підприємництво як економічна модель поєднання ресурсів і капіталу для досягнення цілей продуктивності, створення додаткового продукту тощо. Підприємництво охоплює багато сфер, з яких інноваційним за значимістю створюваних благ вважаємо соціальне.

Теоретичні засади соціального підприємництва, визначення його ролі у формуванні суспільного добробуту, сформувалися досить недавно. Соціальним вважається підприємництво у якого переважають соціальні завдання. Сенс задоволення соціальних потреб у формуванні суспільного добробуту надзвичайно великий, тому явище соціального підприємництва активно вивчається наукою і впроваджується у практику. Хоча на перших порах підприємницької практики переважала думка про виключно економічне значення цього явища — нині ж учені, суспільні, підприємницькі діячі визнають появу суб'єктів соціального підприємництва. Роль соціального підприємництва у формуванні суспільного добробуту відповідає критеріям соціальної вигоди для підприємця, а головне — для споживачів створюваних благ.

Соціальне підприємництво вважається похідною від бізнес-діяльності формою, видом господарювання з неекономічною спеціалізацією. Виникло як наслідок зростання добробуту людей, з приходом розуміння необхідності пов'язати економічний (фінансовий) результат із соціальним. За інтерпретацією М. Куц [3], досліджень, ідей Г. Діза, К. Алтера, І. Камінника, соціальне підприємництво є: похідна від традиційної бізнес-діяльності, яку здійснюють неприбуткові організації [3]; також соціальне підприємництво виступає механізмом суспільних змін [6], які відповідним чином втілюються у наслідках щодо рівня життя, зростанні доходів, зниженні безробіття — інших критеріях добробуту членів суспільства. Ми вважаємо, що соціальне підприємництво — інструмент організації вирішення суспільних проблем, розвитку територій, сприяння енергоефективності, екологічності, реалізації природоохоронних програм тощо, що має пряме відношення до чинників формування суспільного добробуту.

Розвиваючи ідеї соціальної відповідальності, соціальної спрямованості бізнесу, науковці і практики довели життєздатність організацій соціального підприємництва. Вітчизняні дослідники [2], визначають соціальне підприємництво як явище, що виникло у результаті симбіозу базового поняття підприємства та якісних ознак благодійної організації, шляхом поєднання прагнення до отримання прибутку із реальним вирішенням суспільно значущих проблем [2]. Незважаючи на те, що базову основу добробуту становить підприємництво в традиційному розумінні цього поняття [1; 5], соціальні його форми набувають динамічного поширення в умовах розвитку сучасного суспільства.

На нашу думку, соціальне підприємництво (організаційно — підприємство) є вищою формою підприємницької діяльності, у якій матеріальна вигода не самоціль, а опосередкований, забезпечуючий елемент. Характерним його розвиток є для таких економічних систем, у яких практикується реалізація політики сталого і особливо інклюзивного розвитку. Проте, головним чинником розвитку соціального підприємництва є держава, за наявності достатніх вільних фінансових ресурсів, а також бізнесмени — філантропи.

В основі розвитку соціального підприємництва мотиви задоволення потреб вищого порядку, які формуються еволюційно і пов'язані з рівнем задоволеності економічних потреб, соціально-психологічними мотивами поведінки підприємців, а також інтелектуальним рівнем розвитку націй. Наявність, розвиток соціального підприємництва залежить від якості соціального капіталу, тобто рівня довіри, традицій міжособистісних взаємодій. Для результа-

тивного розвитку соціального підприємства потрібен соціальний капітал [4], адже пріоритет діяльності такого типу організацій — вирішення соціальних проблем суспільства.

Таким чином, сучасний розвиток, посилення ролі соціального підприємництва у формуванні суспільного добробуту пов'язуємо з динамічністю економік, рівнем задоволеності потреб, а також культурним рівнем розвитку людини. Головний чинник виникнення, практичного поширення цього виду діяльності, полягає в усвідомленому, науково-обґрунтованому відході від суспільства споживання до моделі сталого розвитку. Тому соціальний тип або ж вид підприємництва, пов'язаний із культурою, ставленням людей до природи і залежить від рівня добробуту. Припускаємо наявність зв'язку поширеності соціальних підприємств з культурним рівнем розвитку нації, а також багатством країни.

На практиці соціальне підприємництво відбулося здебільшого у чутливих для держави, суспільства сферах. Наприклад, для агропродовольчої сфери характерні підприємства, які за підтримки держави, бізнесменів-філантропів виробляють соціальне продовольство, реалізують його на спеціальних торговельних майданчиках за соціальними цінами. Задоволення потреб якомога ширшого кола людей, означає характер сучасної ролі соціального підприємництва у формуванні суспільного добробуту.

Список використаних джерел

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики [Електронний ресурс] / З.С. Варналій. — 4-ге вид., стер. К. : Т-во «Знання», КОО, 2008. 302с. — Режим доступу : http://pidruchniki.com/ekonomika/male_pidpriyemnistvo_-_varnaliy_zs/
2. Кожемяченко О.О., Солосіч О.С., Голуб М.О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти становлення в Україні // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. — 2018. — № 21. — С. 140—149. — Режим доступу: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/118669/132666>
3. Куц М. Р. Соціальне підприємництво: основні ідеї та перспективи дослідження в соціології // Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки. — 2015. — Т. 174. — С. 51—55. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMA_s_2015_174_10.
4. Малік М.Й., Шпикуляк О.Г., Рябоконь В.П. та ін. Формування соціального капіталу в інституційному механізмі аграрного ринку. К. : ННЦ «ІАЕ». — 2017. — 86 с.
5. Розвиток підприємництва і кооперації: інституціональний аспект : монографія / [Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Заяць В.М. та інші]. К. : ННЦ «ІАЕ». — 2016. — 430 с.
6. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.С., Туманова А.А. — К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.

Галенко О. М., д.е.н, професор,
Любчик К. Л., аспірант
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
Україна

АДАПТАЦІЯ БІЗНЕС СТРАТЕГІЙ МЕДІЙНИХ ТНК В КУЛЬТУРНІЙ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Ключові слова: медіа, медіа індустрія, глобалізація, ТНК, бізнес стратегії.

Key words: media, media industry, globalization, TNCs, business strategy.

Невід'ємним компонентом глобалізаційних процесів, які в останні десятиліття охопили усі сфери людської життєдіяльності, є медійна глобалізація. На нашу думку, бізнес-стратегії транснаціональних медіа-конгломератів неможливо аналізувати без з'ясування характеру їх впливу на процеси культурної глобалізації. Так, динамічний розвиток і диверсифікація діяльності медіа-компаній стають причиною не тільки зміцнення їх конкурентних позицій на