

«ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

УДК: 330.341

boychenka@ukr.net

Бойченко Катерина Степанівна
к.е.н., доцент кафедри
економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Boichenko Kateryna
Ph. D., associated professor
of the economic of enterprises chair of the
SHEE «Vadym Hetman Kyiv National
Economic University», Ukraine

**СОЦІАЛІЗОВАНИЙ РОЗВИТОК
ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**SOCIALIZED ENTERPRISE
DEVELOPMENT IN THE
CONTEMPORARY ECONOMY**

Анотація: У статті визначено сутність соціалізованого бізнесу. Виокремлено ключові аспекти соціалізації суб'єктів господарювання. Запропоновано напрями соціалізації розвитку вітчизняних компаній.

Ключові слова: соціалізація, розвиток підприємства, соціальна відповідальність, соціалізований бізнес

Summary: In the article the essence of socialized business was defined. The key aspects of business socialization were determined. The ways of socialization for domestic companies were suggested.

Key words: socialization, enterprise development, social responsibility, socialized business

У сучасних умовах господарювання соціальна відповідальність є одним із чинників успішного розвитку бізнесу. Ініціативи компаній у цьому напрямку високо цінуються зацікавленими групами, а також багато в чому визначають успішність ділової активності. Об'єктивна необхідність соціалізації бізнесу і соціальної відповідальності корпоративних об'єднань пов'язана з тим, що даний напрям розвитку підприємства в сучасному суспільстві знаходиться в центрі уваги, адже постійно змінюються умови ведення бізнесу, його взаємодія з економікою і соціальною сферою.

Розгляд соціалізації та соціальної відповідальності бізнесу, сучасних тенденцій її розвитку та впливу на економічні процеси отримав значний розвиток у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі, зокрема в працях І. Беляєвої, Ю. Благова, Х. Джонсона, К. Девіса, О. Іншакова, Г. Йонаса, В. Козлова, А. Колота, А. Керролла, Н. Лебедевої, С. Литовченко, І. Ніколаєвої, А. Орхівського, С. Сидорова, М. Фрідмана та ін. Даними науковцями створено необхідний фундамент для продовження досліджень у напрямку повнішого визначення можливостей і перспектив розвитку соціалізації підприємств, а також практичних підходів до її вдосконалення.

Сутність поняття «соціалізація бізнесу» в економічній науці може трактуватися по-різному. Значна кількість вчених ототожнює поняття соціалізація бізнесу і корпоративна соціальна відповідальність, проте, ми вважаємо, що під соціалізацією бізнесу слід розуміти форму організації бізнесу, засновану на співпраці з зовнішнім середовищем за рахунок використання соціальних технологій — продуктів і сервісів, які роблять можливим соціальні взаємодії в цифровій сфері, і таким чином дозволяють компаніям і окремим особам взаємодіяти віртуально. При цьому основними суб'єктами даної взаємодії є бізнес з одного боку і його зовнішнє середовище — з іншого.

Якщо говорити про корпоративну соціальну відповідальність, то дане явище отримало висвітлення в науковій літературі ще в середині ХХ століття. Перше визначення запропонував у 1953 році Г. Боуен: «Соціальна відповідальність бізнесмена полягає в реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або проходженні такої лінії поведінки, які були б бажаними для цілей і цінностей суспільства». Корпоративна соціальна відповідальність сьогодні містить внутрішню складову, орієнтовану на соціальний розвиток персоналу компанії, а також зовнішню складову, спрямовану на вклад в розвиток суспільства. Даний тип відповідальності передбачає виділення ресурсів на добровільних засадах для вирішення соціальних проблем з боку певної компанії. Натомість сутність соціалізації бізнесу має тісний взаємозв'язок з цим напрямком, але не тотожно дорівнює соціалізації бізнесу в контексті корпоративної соціальної відповідальності.

Головним інструментом реалізації концепції соціалізованого бізнесу є соціальні технології, які містять спектр таких інструментів:

- соціальні мережі — підтримка зв'язків за допомогою індивідуальних і корпоративних профілів;
- файлообмінники — завантаження, передача, обговорення та обмін необхідною інформацією;
- краудсорсинг — використання колективного інтелекту з метою вирішення конкретних завдань компанії-ініціатора;
- спільні робочі простори — спільне створення контенту, бізнес-проектів, вирішення завдань і прийняття ефективних рішень;
- дискусійні форуми — обговорення актуальних бізнес-тем у відкритих суспільствах;
- блоги / мікроблоги — публікація та обговорення актуальних управлінських завдань і обмін досвідом;
- рейтинги та огляди — формування оцінки і рейтингування продуктів, послуг, висловлювання думок тощо;
- соціальна торгівля — групові закупівлі на соціальних платформах.

Перехід до соціалізованої моделі розвитку бізнесу зумовлений не тільки економічними процесами і усвідомленням економічної доцільності, але й тим, що розвиток соціуму сприяє трансформації бізнесу. Особливе місце в соціалізації бізнесу займає краудсорсинг, оскільки, на відміну від більшості інших видів соціальних технологій, дозволяє не просто отримувати зворотний зв'язок і виявляти потреби контрагентів, але також дає можливість організувати пошук рішень, здатних підвищити ефективність діяльності компанії. Таким чином, впроваджуючи соціалізований напрям розвитку, компанія в сучасних умовах господарювання може отримати ряд переваг: забезпечення взаємодії між підприємством, персоналом, споживачами та іншими суб'єктами господарювання; подолання бар'єрів часу і простору між учасниками виробництва на основі використання онлайн-середовища; забезпечення учасників процесу соціалізації можливостями здійснення операцій з контентом; надання користувачам можливостей об'єднуватися в групи з метою ефективного виконання певних бізнес-завдань.

Література

1. Боброва Е.Б. Социализация бизнеса как закономерный процесс в развитии общества. исторический обзор // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. — 2014. — №3 (24). — С. 35.
2. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Э. М. Коротков, О. Н. Александрова, С. А. Антонов [и др.] ; под ред. Э. М. Короткова. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — С. 45.

УДК 334.7:330.341.1

Olgachervona@gmail.com

Червона Ольга Юріївна

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства,
Львівський національний університет
імені Івана Франка, Україна

Chervona Olga U.

Ph.D, associate professor,
Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

INTELLECTUAL ENTREPRENEURSHIP IN CURRENT ECONOMIC CONDITIONS

Анотація. Представлено сутність та особливості інтелектуального підприємництва у сучасному економічному середовищі. Запропоновано вдосконалення управління інтелектуальним бізнесом шляхом виділення в структурі підприємств інтелектуальних систем.

Ключові слова: інтелектуальне підприємництво, знання, управління інтелектуальним бізнесом.

Summary. In these presented the essence and features of intellectual entrepreneurship in today's economic environment. Creation in the structure of business the intelligence systems to improve the management of intellectual business are offered.

Key words: intellectual entrepreneurship, knowledge, management of intellectual business.

У сучасному суспільстві науковці все частіше сходяться на думці, що відбувається формування Інтелектуальної економіки, яка базується на використанні нових знань. Новітні технології прискорюють темп інновацій і конкуренція у бізнесі стає настільки сильна, що підприємства мають постійно задіювати інтелектуальний потенціал і найшвидше створювати інноваційні продукти. Як наслідок, розвивається інтелектуальне підприємництво, в якому кінцевий продукт — це результат розумової та інтелектуальної праці.