УДК 338.64
DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.35-28

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ПАРАДИГМІ

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC ENTERPRISE IN THE MODERN ECONOMIC PARADIGM

Ступнікер Г.Л.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, економіки та підприємництва,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Мащенко С.О.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
та публічного управління і адміністрування
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Зозуля Н.В.
асистент кафедри фінансів, економіки та підприємництва,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Stupniker Hanna, Mashchenko Svitlana, Zozulja Nataliia
Prydniprovska State Academy of Civil Engineering and Architecture

Підприємницька діяльність зазнає постійних змін у відповідності до тенденцій суспільного життя, тому розвиток ринкових відносин залежить від формування нової ідеології підприємницького мислення. В сучасній економіці поширюється концепція соціальної відповідальності бізнесу, що дозволяє підприємницьким структурам більш успішно взаємодіяти з державою у вирішенні соціальних та економічних проблем національної економіки. Підвищення соціальної складової в стратегічній діяльності вітчизняних підприємницьких структур передбачається за умови поєднання інтересів бізнесу і суспільства. При цьому важливим аспектом реалізації такої діяльності в Україні є досягнення соціальної безпеки, збереження навколишнього середовища, реалізація людського капіталу. Важливим засобом становлення соціально орієнтованої ринкової економіки в Україні є співпраця державних органів, громадських організацій та представників бізнесу та створення умов для збалансування особистих, підприємницьких і суспільних інтересів.

Ключові слова: *підприємництво, корпоративна соціальна відповідальність, економічна парадигма, конкурентоспроможність.*

Entrepreneurship is undergoing permanent changes in accordance to the trends of social life, so the development of market relations depends on formation of a new ideology of entrepreneurial thinking. In the modern economy the concept of corporate social responsibility allows the business structures to interact more successfully with the state in solving social and economic problems of the national economy. Increasing of social component in the strategic activities of domestic business structures is expected to combine the business and society interests. At the same time the important aspect of the implementation of such activities in Ukraine is the achievement of social security, environmental protection, the realization of human capital. An important means of establishing a market economy in Ukraine is the cooperation of government agencies, public organization and business representatives to create the conditions for balancing personal, business and public interests. Based on world experience, it has been established that in modern realities one of the most important factors of economic development of enterprises and organizations is social responsibility of business, which not only improves the image of the enterprise, its business concept, but also ensures its economic growth and competitive advantage in the long run. The social orientation of the business will be most effective if the corporate social responsibility of the business becomes a fundamental basis in the strategy of enterprise management. Considering the optimistic scenario of the domestic economy, it is hoped that through the implementation of the strategy of increasing corporate social responsibility, Ukrainian business structures can find effective tools to increase the level of socialization of the domestic economy. Thus, in the current conditions of the domestic economy, a new paradigm of entrepreneurial thinking, aimed at increasing corporate social responsibility, should become a driving force of social innovation, which will increase the investment attractiveness of the country at

the international level. At the same time, a significant problem is the need to form state mechanisms to stimulate the systematic improvement of social responsibility of economic entities and state support of those business structures that develop and implement their own social responsibility strategies.

Keywords: *entrepreneurship, corporate social responsibility, economic paradigm, competitiveness.*

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин у відповідності до глобальних трендів залежить від формування нової ідеології економічного мислення, зокрема, її підприємницької складової. Реалізація підприємницького потенціалу в Україні була ускладнена ще за часів радянської планової економіки, а в подальших періодах цей процес зазнавав негативного впливу внаслідок дії ряду економічних криз, що не дозволяли перейти вітчизняному підприємництву до стабільної фази свого функціонування. Тому процес трансформації підприємницького мислення в контексті сучасної економічної парадигми в нашій країні складний, неоднозначний і багато в чому суперечливий.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підприємництво є одним із видів діяльності людини, що значно впливає розвиток економіки. При цьому підприємницька діяльність належить до сфери, яка найбільш чутно реагує на появу нових технологій, тому вона потребує постійних змін у відповідності до тенденцій суспільного життя. Як і за часів відомого дослідника підприємницьких процесів Йозефа Шумпетера, так і в сучасному економічному просторі, багатство асоціюється насамперед із здатністю до впровадження інновацій в підприємницьку діяльність, а не виключно з володінням матеріальними благами [1].

Одним із найвагоміших чинників економічного зростання держави являється розвиток підприємницької діяльності, що супроводжується збільшення кількості підприємств, які функціонують у різних галузях економіки. Зростання кількості суб'єктів господарювання спричиняє збільшення синергії у різних сферах економіки, покращення рівня життя через посилення конкуренції та пошуку нових ніш на вже освоєних ринках, що спричиняє зниження безробіття та підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки [2].

За останні роки в Україні концепція соціальної відповідальності бізнесу дійсно стає більш поширеною, тому що вона сприяє становленню в нашій країні такої системи суспільних відносин, що дозволяє підприємницьким структурам більш успішно та цивілізовано взаємодіяти з державою у вирішенні соціальних та економічних проблем.

Класичне визначення корпоративної соціальної відповідальності наводить Ф. Котлер: «Корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізовуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси» [5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численні публікації, що висвітлюють різні аспекти процесу формування підприємницького мислення в процесі функціонування сучасної економічної парадигми, вважаємо, що питання встановлення взаємозалежності між цими аспектами є недостатньо розробленими та економічно обґрунтованими.

Постановка завдання. Враховуючи вищезазначене, метою даної статті є оцінювання процесів підприємницької діяльності, що виникають під час її здійснення під впливом сучасної економічної парадигми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальний огляд сектору підприємництва в Україні свідчить про те, що переважна більшість українських компаній в секторі підприємництва представлена, як і у більшості країн світу, малими та середніми підприємствами. Так, за даними офіційної статистики, підприємства з кількістю найманих працівників менше 250 осіб становили понад 99% всіх підприємств в економіці підприємництва, на їх долю припадало 61% загальної зайнятості в підприємництві, 54% загального обсягу реалізованої продукції та 47% створеної у підприємництві доданої вартості [3].

За умов сучасного економічного розвитку ключовим аспектом економічної політики як на макро-, так й на макрорівні є впровадження в систему стратегічних пріоритетів бізнес-структур принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Актуальність концепції КСВ в сучасному економічному просторі обумовлена постійною глобалізацією та інтеграцією економічних процесів, а також необхідністю успішної адаптації підприємств до мінливих умов зовнішнього середовища. Тому для підвищення своєї конкурентоздатності підприємствам необхідно формувати власну систему соціальної спрямованості та здійснювати її ретельний аналіз по відношенню до персоналу компанії, до споживачів своєї продукції та інших зацікавлених сторін.

Так, впродовж останніх років найбільш важливим напрямком розвитку бізнесу, особливо великого, є формування етичних взаємовідносин із певними зацікавленими сторонами, що найбільш дієвим способом може реалізуватися саме в системі концепції КСВ. При цьому варто визнати, що здатністю до її реалізації володіють саме ті компанії, що інтегрують соціальні, екологічні та економічні проблеми у свою діяльність і взаємодіють зі своїми комерційними та некомерційними партнерами на добровільних

засадах. За умов докорінних змін в матеріальних засадах виробництва і формуванні нового типу соціально-економічних відносин досить цікавою є позиція щодо поєднання необхідності підтримки соціального компромісу в суспільстві на основі КСВ, оскільки остання визнається одним із суттєвих механізмів соціального контролю та створення умов для збалансування особистих, колективних і суспільних інтересів [4].

З цією метою в Україні ведеться активна діяльність на інформаційному та організаційному рівнях стосовно впровадження принципів соціально відповідального бізнесу, у т. ч. дотримання його міжнародних стандартів. Проведені дослідження дозволяють дійти до думки, що одним зі шляхів становлення соціально орієнтованої ринкової економіки в Україні є співпраця державних органів, громадських організацій та представників бізнесу.

Виходячи з цього, впровадження КСВ в стратегічну діяльність вітчизняних підприємницьких структур можливо насамперед за умови досягнення стійкого розвитку самостійних і відповідальних компаній, що відповідає їх довгостроковим інтересам, сприяє досягненню соціальної безпеки, збереженню навколишнього середовища, дотриманню прав людини. При цьому важливим аспектом реалізації корпоративної соціальної відповідальності в Україні є можливість зменшення адміністративного впливу державних органів на виробничо-господарську діяльність компаній, оскільки надмірна регламентація такої діяльності позбавляє підприємства, що інтегрують в стратегію свого розвитку принципи КСВ, духу добровільності, соціально-спрямованої його діяльності. Зважаючи на це, політика соціальної відповідальності має бути розроблена і впроваджена в результаті соціального діалогу, і в цьому процесі ключова роль належить саме злагодженим діям держави у співпраці з роботодавцями.

Оскільки Україна обрала пріоритетним напрямком свого розвитку євроінтеграцію як в середньостроковій, так і в довгостроковій перспективі, то український бізнес має також орієнтуватися на міжнародні стандарти.

Інвестори все більш схильні розглядати соціальну та екологічну оцінку компанії як спосіб зменшення інвестиційних ризиків. Дослідження рівня поширеності практик КСВ в Україні дозволило сформулювати висновки стосовно того, що головними причинами реалізації вказаної політики є моральні міркування (51%), покращення репутації (26%) та збільшення лояльності працівників (23%) [6]. В цілому, головною причиною низьких темпів впровадження політики КСВ є відсутність фінансування її реалізації, недосконаліть нормативно-правової бази, що сприяла б цій діяльності, та податковий тиск.

Щодо перспективи розвитку КСВ в Україні варто визначити, що на думку опитаних представників компаній, у найближчий час необхідно розробити нормативно-правову базу в державі, яка б сприяла цій діяльності, підвищувати обізнаність про переваги відповідальної бізнес-поведінки, ввести курси з КСВ до університетських програм та активізувати участь державних структур в популяризації КСВ. На нашу думку, головними стимулами впровадження КСВ для українських компаній стало б зменшення адміністративного тиску та участь у розробці пропозицій для місцевої влади щодо програм соціально-економічного розвитку регіонів.

На базі світового досвіду нами встановлено, що в сучасних реаліях одним з найважливіших чинників економічного розвитку підприємств та організацій стає соціальна відповідальність бізнесу, яка сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, його ділової концепції, але й забезпечує його економічне зростання та конкурентну перевагу на довгострокову перспективу. Соціальна спрямованість бізнесу буде найбільш ефективною, якщо корпоративна соціальна відповідальність бізнесу стане фундаментальною основою в стратегії управління підприємством.

Важливим кроком соціально-економічного розвитку України є активне впровадження КСВ з одночасною розробкою соціальних, економічних та інституційних інструментів, способів, засобів для заохочення підприємства до виконання соціально відповідальної діяльності.

В сучасній зарубіжній практиці державного регулювання підприємництва активно впроваджуються інструменти стратегічного менеджменту, за допомогою яких можна розраховувати витрати бізнесу від впливу державного регулювання, що руйнує або стримує бізнес. Запровадження обов'язковості здійснення регуляторними органами оцінки витрат та економічних вигод та дозволяє значно підвищити якість регуляторного рішення та забезпечує імплементацію національного регуляторного законодавства до його міжнародних норм [8].

Отже, щоб взяти на себе корпоративну соціальну відповідальність, вітчизняним компаніям варто обрати за пріоритет повагу до національного та міжнародного законодавства й чіткого дотримання виконання корпоративних договорів та домовленостей. А для цього, у тісній співпраці із зацікавленими сторонами, необхідно впровадити в управлінську практику питання, пов'язані з можливістю забезпечення прав найманих працівників та споживачів компанії у її виробничо-комерційній діяльності. За умов дотримання вищезазначених принципів, стратегія КСВ може стати досить поширеною в Україні.

Однак варто враховувати, що успішна політика КСВ має передбачати аспекти, спрямовані на поліпшення добробуту співробітників та ґрунтуватися на засадах постійного навчання

і підвищення кваліфікації працівників, а компанії мають розцінювати своїх співробітників як ключовий ресурс свого розвитку. КСВ не слід нав'язувати зверху, оскільки вона має бути результатом взаєморозуміння між компанією та зацікавленими сторонами. Сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності сприятиме інтеграції України до європейського економічного і соціального простору та поступової інтеграції до Європейського Союзу.

Приймаючи національну політику з КСВ, Україна надасть мотиваційні стимули українським компаніям до впровадження КСВ, підтримуючи таким чином конкурентоспроможність українського виробника на глобальних ринках. При цьому значна кількість компаній матимуть кращу репутацію, будуть створювати вищу додану вартість і отримувати більш високий прибуток, формувати та реалізовувати свій інтелектуальний капітал. Водночас зволікання з активним впровадженням принципів КСВ, неприйняття або неправильне розуміння цього питання може призвести до збільшення фіскального навантаження на підприємства та втрату конкурентоспроможності як окремого підприємства, так і країни в цілому.

Внаслідок активної соціалізації економічних процесів широкого розповсюдження в світовій практиці впродовж останніх років набуває таке поняття як економіка спільної участі. За визначенням українського мережевого видання, такий тип економіки є соціоекономічною системою, заснованою на спільному користуванні людськими та фізичними ресурсами. До цієї системи іноді включають (або розглядають як споріднені із нею) такі поняття, як мережева економіка або спільне споживання [9].

Сьогодні економіка спільного використання (шерінг-економіка) є глобальним трендом, що сприяє сталому розвитку та спричиняє поширення культури свідомого споживання у великій кількості секторів економіки, від сільського господарства до девелопменту та управління нерухомістю. За оцінками експертів, її обсяги в світі до 2025 року досягнуть 325 млрд. доларів США, демонструючи середньорічні темпи зростання не менше 20% [10].

Термін «економіка спільного використання» виник внаслідок розвитку соціальних технологій, необхідних в умовах глобального зростання чисельності населення та виснаження ресурсів. Термін «спільне споживання» було введено Маркусом Фельсоном та Джо Л. Спітом у роботі «Структура громади та споживче споживання: рутинний підхід до діяльності» [11]. А вже у новому тисячолітті, у 2011 році «спільне споживання» було названо однією з 10 ідей журналу TIME, які змінять світ [12]. У 2015 році уряд Великої Британії поставив цілі покращити економічне зростання, в тому числі зробити Британію «найкращим місцем у світі для початку, інвестування та розвитку бізнесу, в тому числі за допомогою пакету заходів, спрямованих на розблокування потенціалу економіки спільного використання» [13].

Однією з передумов для появи економіки спільного використання є думка стосовно того, що, коли економічні агенти діють лише у власних інтересах, спільні ресурси виснажуються більш значним чином. Професор права Гарвардського університету Йочай Бенклер, один із прихильників програмного забезпечення з відкритим кодом, висловив думку про те, що мережеві технології можуть пом'якшити це питання тим, що він назвав «спільним виробництвом на основі загального користування», концепцією, вперше сформульованою у 2002 році [14].

Висновки. Розглядаючи оптимістичний сценарій розвитку вітчизняної економіки, варто сподіватися, що завдяки реалізації стратегії підвищення соціальної відповідальності бізнесу, українські підприємницькі структури можуть знайти дієві інструменти зростання рівня соціалізації вітчизняної економіки. Таким чином, в сучасних умовах функціонування вітчизняної економіки нова парадигма підприємницького мислення, спрямована на підвищення соціальної відповідальності бізнесу, має стати рушійною силою соціальних інновацій, що сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості нашої країни на міжнародному рівні. Водночас суттєвою проблемою є необхідність формування державних механізмів стимулювання системного вдосконалення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання та державної підтримки тих підприємницьких структур, які розробляють і реалізують власні стратегії соціальної відповідальності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Болотов Г. П., Дерій Ж. В., Семченко О. Б. Ґенеза та розвиток теорій підприємництва. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки».* URL: https://economic-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=571.

2. Георгіаді Н. Г. Сучасний стан підприємницької активності в Україні. *Ефективна економіка.* 2016. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4818.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

4. Петрашко Л. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес практиці. URL: http://iepjournal.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf.

5. Лі Н., Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Стандарт, 2005. 352 с.

6. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: http://www.uspp.org.ua/media/%20КСВ+.doc.
7. Офіційний сайт Центру «Розвиток соціальної корпоративної відповідальності». URL: http://csrukraine.org.
8. Топішко І. І., Топішко Н. П., Галецька Т. І. Соціальна відповідальність підприємства та її міжнародні стандарти. URL: http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/6_2017/15.pdf.
9. Вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0_%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97_%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%96.
10. The Sharing Economy: Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets. European Commission, проект “Business Innovation Observatory”. September 2013.
11. Felson, Marcus and Joe L. Spaeth (1978), "Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach," *American Behavioral Scientist,* 21 (March–April), 614–24.
12. 10 Ideas That Will Change The World. *Time.* March 17, 2011.
13. Support for the sharing economy. H. M. Treasury, Budget 2015, section 1.193.
14. Benkler, Yochai (2002). Coase's Penguin, or, Linux and The Nature of the Firm. *The Yale Law Journal*. 369–446.

REFERENCES:

1. Bolotov H. P., Derii Zh. V., Semchenko O. B. Geneza ta rozvytok teorii pidpryiemnytstva. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriia «Ekonomichni nauky».* URL: https://economic-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=571.
2. Heorhiadi N. H. (2016) Suchasnyi stan pidpryiemnytskoi aktyvnosti v Ukraini. *Efektyvna ekonomika.* № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4818.
3. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.
4. Petrashko L. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist v ukrainskii biznes praktytsi. URL: http://iepjournal.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf.
5. Li N., Kotler F. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist. Standart, 2005. 352 p.
6. Kontseptsiia Natsionalnoi stratehii sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini. URL: http://www.uspp.org.ua/media/%20KSV+.doc.
7. Ofitsiinyi sait Tsentru «Rozvytok sotsialnoi korporatyvnoi vidpovidalnosti». URL: http://csrukraine.org.
8. Topishko I. I., Topishko N. P., Haletska T. I. Sotsialna vidpovidalnist pidpryiemstva ta yii mizhnarodni standarty. URL: http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/6_2017/15.pdf.
9. Vilna entsyklopediia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0_%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97_%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%96.
10. The Sharing Economy: Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets. European Commission, project “Business Innovation Observatory”. September 2013.
11. Felson, Marcus and Joe L. Spaeth (1978), "Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach," *American Behavioral Scientist, 2*1 (March–April), 614–24.
12. 10 Ideas That Will Change The World. *Time.* March 17, 2011.
13. Support for the sharing economy. H. M. Treasury, Budget 2015, section 1.193.
14. Benkler, Yochai (2002). Coase's Penguin, or, Linux and The Nature of the Firm. *The Yale Law Journal*. 369–446.