

затверджено Програму технічної допомоги розвитку кредитних спілок в Україні. У вересні 1993 року, під впливом української діаспори, аналогічну Програму схвалив уряд США.

У Києві були відкриті представництва Всесвітньої ради кредитних спілок та Канадської кооперативної асоціації, які розпочали реалізацію відповідно американської та канадської Програм технічної допомоги розвитку кредитних спілок в Україні. Їх партнерами були українські кредитні спілки США та Канади. 7 лютого 1994 року Національний банк України затвердив Типовий Статут кредитної спілки, після чого почалось стрімке виникнення кредитних спілок у більшості областей України, які характеризувались фінансовою слабкістю.

Складні макроекономічні умови (гіперінфляція 1993-1994 років та «валютна» криза 1998 року) стали головною причиною закриття багатьох спілок.

Протягом останнього десятиріччя відбувається відродження кредитних спілок в Україні, удосконалення нормативно-правової бази для їх діяльності. Нині в Україні діє 705 зареєстрованих ДКРРФП кредитних спілки, з яких лише 506 мають необхідну для повноцінної діяльності ліцензію.

У підсумку зазначимо виникнення кредитних спілок у світі загалом та в Україні зокрема, було, перш за все, пов'язане такими трьома чинниками:

по-перше – з необхідністю користування певними фінансовими послугами особами, які не мали доступу до ринку капіталів;

по-друге – з необхідністю припливу капіталів в ті сектори економіки, які вважаються непривабливими для структур, метою діяльності яких є отримання прибутку;

по-третє – з невідповідністю умов надання фінансових послуг великими учасниками даного ринку в силу їх монопольного (чи олігопольного) становища.

Врешті-решт, становленню та розвитку кредитних спілок посприяла недостатня державна фінансова підтримка певних верств громадян.

#### Література

1. Гончаренко В.В. Особливості відродження кредитної кооперації / В.В. Гончаренко // Фінанси України. – 1999. – №12. – С.82-90.
2. Коваль Ф. Кредитна кооперація – шлях розбудови інтелектуального і економічного потенціалу України / Ф. Коваль. – Л.: Каменярь, 2002. – 40 с.
3. Кредитні спілки в Україні: основні засади діяльності: навч. посіб. В 2-х книгах / За ред. А.Я. Оленчика. – К.: УІРФР. – 664 с.
4. Кульчицька Р.Б. З історії ощадної справи східної України / Р.Б. Кульчицька, З.І. Щибиловка // Фінанси України. – № 1. – 1997.
5. Мерцин В. З історії кредитних спілок / В.З. Мерцин // Україна фінансова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до файлу: <http://who-is-who.com.ua/bookmaket/kreditspilki2008/7/33.html>
6. Ринки фінансових послуг : навч. посіб. / С.В. Науменкова, С.В. Міщенко. – К.: Знання, 2010. – 532 с.
7. Цяпало О.С. Іпотечні банки Галичини наприкінці XIX на початку XX ст. / О.С. Цяпало // Фінанси України. – № 5. – 1998.
8. Економічна історія України і світу / За ред. Б. Д. Лановика. – К.: Вікар, 1999. – 737 с.
9. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до файлу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vcndtu/2009\\_39/11.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/11.htm)
10. Credit Union Membership Access Act H.R.1151.ENR – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до файлу: <http://thomas.loc.gov/cgi-bin/query/D?c105:7:./temp/~c105z8ybp>
11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до файлу: <http://galaktika-s.com.ua/maket.php?akcia=krsp2008&page=1&maket=krhist>

338.45.01

*Савін С.Ю., к.е.н., доцент,  
Херсонський національний технічний університет*

### **СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

Розвиток вітчизняних підприємств характеризується накопиченням досвіду здійснення соціальних інновацій бізнесу як інструменту ефективного економічного зростання в умовах високоризикового кризового середовища функціонування сучасної економічної системи світу. Разом з цим визначення підходів до розвитку та оцінки соціальних інвестицій ускладнюється через неоднозначність підходів до визначення соціальних інновацій бізнесу, їх значення та ефективності, відсутність системного підходу до

здійснення соціальної відповідальності в цілому та соціальних інновацій зокрема, відсутність досвіду розвитку практичних інструментів соціальних інновацій та методах прогнозування та оцінки ефективності їх реалізації.

Соціальні інновації як механізм розв'язання соціальних проблем або зміни суспільної моделі в цілому в соціально-економічному аспекті, розглядалися в роботах П. Друкера, М. Янга, Д. Шумпетера, П. Розанваллона, Ж. Фурньє, Ж. Аталлі та ін. Значно раніше соціальні інновації як об'єкт соціологічної науки розглядалися в роботах К. Маркса, М. Вебера, Е. Дюркгейма. Усвідомлення значення соціальних інновацій в сучасному суспільстві призвело до їх широкого осмислення не тільки в соціологічному контексті, але й політичному в роботах В.І. Буренко, Л.Г. Глебанова, В. Л. Романова, педагогічному (Н.Т. Журавська, В.В. Платонов, В.Б. Тарабаєва), культурологічному (Е.Г. Абрамян, С.А. Арутюнов, Е.С. Маркарян), соціально-філософському (В.Б. Агранович, Б.І. Кретов, В.Г. Федотова) контекстах. В зазначених роботах роль соціальних інновацій визначається на рівні розв'язання проблем розвитку соціуму та його окремих груп як суб'єктів та об'єктів соціальних інновацій, при цьому роль бізнес-структур як ефективних продуцентів соціальних змін не розглядається, економічна складова соціальних інновацій відсутня.

Мета статті полягає у дослідженні соціальних інновацій як інструменту економічного зростання бізнесу в контексті їх економічно-ефективного застосування.

В сучасному інноваційно-орієнтованому механізмі розвитку національних господарств світу соціальні інновації набувають провідної ролі у формуванні інноваційного середовища, яке забезпечує реалізацію всіх форм та напрямків інновацій, підвищує їх ефективність та швидкість впровадження. Соціальні інновації як інструмент та форма реалізації стратегії соціальної відповідальності бізнесу виступають також механізмом трансформації цілей діяльності підприємства: від прибутку як цілі до прибутку як засобу досягнення соціальних цілей та стратегічного економічного зростання. При цьому основна мета соціальних інновацій може бути виражена в ефективному розв'язанні соціальних проблем або зниженні їх гостроти на всіх рівнях соціальної відповідальності.

Узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності соціальних інновацій різними дослідниками дозволило виділити продуктивний, процесний та похідний від попередніх поведінковий підхід. Згідно з продуктивним підходом соціальні інновації розглядаються як нові стратегії, концепції, ідеї, організації та елементи, що задовольняють суспільні потреби та зміцнюють громадянське суспільство[1-3].

Процесний підхід відображає точку зору дослідників на соціальні інновації як процес здійснення змін та розвитку соціального середовища для розв'язання соціальних проблем та задоволення потреб суспільства [4-6].

Поведінковий підхід до визначення соціальних інновацій враховує застосування нових ідей та процесів суспільних змін, що покращує функціонування суспільства через обов'язкову зміну поведінки людей та суспільства в цілому [7-10].

При цьому більшість дослідників у дефініціях досліджуваного поняття продуцентами визначають суспільні або державні інституції, об'єднання або окремих соціально-вагомих особистостей, розглядаючи їх першочергово як елемент суспільства, що зміщує економічну функцію соціальних інновацій на другорядні позиції. Сучасне місце та роль соціуму в економічних процесах зумовило поширення досвіду, сфери використання та визначення сутності соціальних інновацій.

Формування підходів до визначення соціальних інновацій має ґрунтуватися на врахуванні трьох основних аспектів: приналежність їх до бізнесу, контакт з обмеженим соціумом та інновативність. Бізнес-орієнтування соціальних інновацій висуває на передній план питання забезпечення економічної ефективності та можливості оцінки вигоди від застосування інновативних соціальних технологій взаємопов'язаного розвитку соціуму та бізнесу.

Відмова від компоненти економічної ефективності процесу соціальних інновацій трансформує їх у меценатство та філантропію, що чинять незначний вплив на економічний стан бізнесу, що провокує несистемність, непослідовність ведення такої діяльності або навіть повна відмова від неї в умовах кризових явищ в економіці. Соціальні інновації, що передусім орієнтовані на отримання ефектів, як економічних, так і соціальних, є ефективним інструментом економічного зростання не тільки бізнесу, але й соціуму, в умовах загострення економічної ситуації виступають потужним каталізатором зростання бізнесу та подолання суспільних проблем. Вітчизняна практика ведення корпоративної соціальної відповідальності свідчить про низьку її ефективність передусім через нерозуміння необхідності побудови стратегії бізнесу через «фільтр» соціальної відповідальності для досягнення економічних, соціальних та екологічних ефектів всіма зацікавленими сторонами процесу.

Соціальні інновації як елемент соціальної відповідальності бізнесу орієнтовані передусім на певні контактні групи або зацікавлені сторони: споживачів, постачальників, акціонерів, власників, органи влади, місцеві співтовариства, постачальників, трудовий колектив та інших. Таке орієнтування дозволяє оптимізувати інвестиції бізнесу в соціальні інновації, розрахувати та спрогнозувати отримані ефекти, в тому числі вплив на економічний стан бізнесу, контролювати хід реалізації конкретних заходів, коригувати сприйняття зацікавленими групами конкретних соціальних інновацій.

Соціальні інновації мають характерні ознаки, притаманні інноваціям як економічним категоріям: новизна, вимірювана ефективність, реалізованість, застосовність, якість, наявність мотиву та стимулів, задоволення певних, в тому числі суспільних, потреб [11, с.128]. При цьому така вимога, як пряма комерційна реалізованість інновацій на ринку в контексті соціального їх типу може бути виконана в змінній формі, оскільки соціальні інновації не обов'язково виступають об'єктом купівлі-продажу.

Сталий розвиток як необхідна та ефективна стратегія сучасного зростання економік країн, галузей, регіонів та окремих підприємств зумовлює доцільність використання соціальних інновацій як необхідного та перспективного механізму розвитку. В цих умовах соціальні інновації виступають також інструментом економічного розвитку бізнесу зі збереженням орієнтованості суспільних змін та вимог щодо їх ефективності у розв'язанні соціальних проблем та покращення функціонування суспільства.

Використання бізнесом соціальних інновацій як ефективного інструменту економічного зростання має включати урахування інтересів суспільства як сукупності всіх зацікавлених сторін з зовнішнього та внутрішнього середовища бізнесу, що зумовлює досягнення оптимальної ефективності для всіх учасників та дозволяє поєднувати економічні, екологічні та соціальні інтереси.

Соціальні інновації є основним інструментом та водночас механізмом реалізації соціального підприємництва. Досвід функціонування соціального підприємництва, ефективність інноваційних суспільних змін та дифузія їх впливу та ефектів на різні сфери життя суспільства спонукає розглядати соціальні інновації як ефективний інструмент економічного зростання бізнесу. Соціальні інновації бізнес-структур можна визначати як цілеорієнтовану свідому діяльність зі збільшення ринкової вартості через механізм управління соціальним капіталом бізнесу, що дозволяє ефективно задовольняти інтереси всіх його учасників. При цьому під соціальним капіталом варто розуміти не тільки як ресурс окремої особистості та/або ресурс соціального угруповання внутрішнього та зовнішнього середовища бізнесу, а також сформовані відносини між бізнесом та зацікавленими групами. Соціальний капітал є індикатором здатності бізнесу продукувати блага для всіх зацікавлених сторін в довгостроковій перспективі.

Реалізація соціальних інновацій дозволяє отримати бізнесу як вимірюваний економічний ефект, так і не вимірювані конкурентні переваги на ринку. З одного боку, як ефективний інструмент реалізації стратегії корпоративної відповідальності бізнесу соціальні інновації орієнтовані на отримання довгострокових стратегічних переваг [12] та виступають інструментом створення організаційного багатства через усвідомлення відповідальності перед зацікавленими групами (трудовим колективом, споживачами, постачальниками, соціальними групами та утвореннями, державними та місцевими органами влади) для збільшення рівня довіри та прихильності у зацікавлених груп до бізнесу. З іншого боку, отримані сукупні ефекти від реалізації соціальних інновацій, в тому числі зростання рівня довіри до бізнесу можуть бути виміряні через оцінку створеної «додаткової соціальної вартості», що багатократно збільшує вартість бізнесу та рівень капіталізації компанії.

Соціальні інновації необхідно відрізнити від соціальних інвестицій, оскільки перші наслідують характерні риси та інвестиційних механізм впровадження останніх, але зумовлені застосуванням нових принципових підходів, що дозволяють збільшити ефективний соціальний вплив організації або бізнесу. Характер та форми соціальних інновацій визначаються також сферою застосування: в бізнесі, де отримання економічної вигоди є визначальним фактором, соціальні інновації є інструментом зростання капіталізації; для некомерційних організацій соціальні інновації є засобом досягнення суспільного добробуту та рівноваги за рахунок використання всієї сукупності інструментів соціальної підтримки, в тому числі економічно неефективних. Для бізнесу та соціального підприємництва соціальні інновації не вимагають донорської та грантової підтримки, необхідний капітал залучається в інвестиційній формі на умовах повернення, строковості та окупності.

Соціальні інновації бізнесу не доцільно ототожнювати з витратами на благодичність, оскільки соціальні інновації передбачають отримання вимірюваного ефекту, фінансування на умовах соціального партнерства, відповідність довгостроковим інтересам компанії в інтеграції з інтересами місцевих співтовариств, пов'язані з основною діяльністю. Практика функціонування соціальних фондів в США свідчить про першочергове виконання вимоги економічної ефективності для подальшого виконання

зобов'язань фонду щодо ефективної соціальної підтримки суспільства [13]. Саме соціальні інновації дозволяють вирішувати традиційні соціальні проблеми інноваційним методом, що за умови комбінації соціальних та економічних ресурсів дозволяє створити самовідтворювальний та здатний до розширення механізм виробництва та надання цільового соціального блага [14, 15].

На відміну від благодійності як форми витратної, неприбуткової, непов'язаної з основними напрямками бізнесу діяльності, що може мати низький або невимірний ефект, соціальні інновації мають відповідати вимогам соціальної ефективності, задовольняти потреби місцевих співтовариств та нести різноманітні вигоди бізнесу. Соціальна філантропія бізнесу як інструмент корпоративної соціальної відповідальності має поступово замінюватися на прогресивні форми соціальних інновацій як більш ефективних для досягнення інтеграційної мети сталого розвитку суспільства та бізнесу.

Соціальні інновації бізнесу як ціле орієнтована форма діяльності відрізняються на відміну від соціальних підприємств мають на меті використання прибуткового механізму соціальних інновацій для взаємопов'язаного економічного розвитку та розв'язання соціальних задач, оскільки головною метою останніх є розв'язання соціальних завдань з використанням інструментів бізнесу. Для віднесення заходів, що здійснюються в рамках соціальної відповідальності бізнесу, до групи соціальних інновацій необхідне дотримання наступних вимог та критеріїв:

- відповідність економічним інтересам, стратегії сталого розвитку, цілям та місії бізнесу;
- сприяє стійкому розвитку, в тому числі в аспекті здоров'я, безпеки та добробуту суспільства;
- передбачає використання нових ідей, стратегій, процесів розвитку суспільства та/або зацікавлених груп, інноваційних способів розв'язання суспільних проблем;

Соціально-орієнтовані заходи, що реалізує бізнес можна визнати соціальними інноваціями тільки за умови одночасного виконання всіх вищезазначених вимог. Відсутність відповідності принаймні одному з критеріїв призводить до виникнення понять, що не можуть бути пов'язані з соціальними інноваціями: відмова від економічної ефективності для бізнесу та відсутність зв'язку з основною діяльністю означає переведення соціальних зусиль у площину філантропії; виключення орієнтованості на сталий розвиток та розв'язання проблем зацікавлених груп перетворює соціальні інновації на суто комерційні заходи; відмова від інноваційної компоненти означає використання менш ефективних поширених традиційних засобів реалізації соціальної відповідальності бізнесу.

Процес реалізації соціальних інновацій бізнесу має бути ефективним для всіх його учасників та зацікавлених груп: від власників та колективу підприємства до суспільства та держави в цілому. Характерною відмінною рисою ефективних соціальних інновацій є відсутність учасників, що отримують негативні ефекти, оскільки цільова функція соціальних інновацій як елементу корпоративної соціальної відповідальності передбачає реалізацію концепції сталого розвитку по всіх основних напрямках.

Орієнтованість соціальних інновацій на оптимальне задоволення потреб зацікавлених сторін підтверджується «теорією стейкхолдерів» (модель зацікавлених сторін), згідно з якою успіх організації вимірюється ступенем задоволення всіх зацікавлених сторін бізнесу, в тому числі суспільних груп, а не тільки акціонерів [16]. Всі ці сторони виступають ресурсом розвитку бізнесу, що зумовлює необхідність врахування та балансування їх інтересів. В залежності від кількості зацікавлених груп зовнішнього та внутрішнього середовища бізнесу реалізація соціальних інновацій орієнтована на досягнення цілей та отримання ефектів, що встановлені в рамках корпоративної соціальної відповідальності. Соціальні інновації бізнесу є обов'язково орієнтованими та пов'язаними з основною діяльністю та стратегією бізнесу, мають передбачати досягнення бажаних соціальних ефектів через інструментарій ефектів економічних:

- зростання ринкової вартості компанії та вартості нематеріальних активів;
- укріплення позицій бренду;
- збільшення обсягів збуту;
- закріплення позитивної репутації;
- скорочення виробничих витрат;
- підвищення інвестиційної привабливості бізнесу;
- розширення можливостей щодо залучення співробітників;
- підвищення ефективності роботи трудового колективу.

Використання соціальних інновацій бізнесом є невід'ємним етапом розвитку комплексного підходу до корпоративної соціальної відповідальності, відображає сучасні тенденції розвитку європейського підходу до теорії «зацікавлених груп» та дозволяє отримати ефекти, які можна обчислити та виміряти.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Соціальні інновації за умов відсутності або недостатньо ґрунтовного аналізу їх ефективності приймають форму витратних інструментів зв'язків з

громадськістю, вплив цих інструментів на вартість нематеріальної складової вартості компанії не відстежується, недооцінка їх значення та перспектив для бізнесу призводить до знецінення та подальшої відмови від соціальних інновацій на користь більш простих та перевірених інструментів реалізації соціальної відповідальності. Відтак, перспективним є дослідження та формування комплексних підходів та методів оцінки економічної ефективності соціальних інновацій для їх широкого використання вітчизняній практиці як інструменту економічного зростання в рамках стратегії сталого розвитку підприємства.

Література

1. Social Innovation and Entrepreneurship. Developing Capacity to Reduce Poverty and Hunger Suresh Babu and Per Pinstrup-Andersen. – October 2007. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://conferences.ifpri.org/2020/Chinaconference/pdf/beijingbrief\\_babu.pdf](http://conferences.ifpri.org/2020/Chinaconference/pdf/beijingbrief_babu.pdf)
2. Social Innovation. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_innovation#cite\\_note4](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_innovation#cite_note4).
3. Яковец Ю. Многоликость инноваций / Эпохальные инновации 21в. — М.: Экономика, 2004. – С. 9-19. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://aeer.cctpu.edu.ru/winn/db\\_reg/articles/1.doc](http://aeer.cctpu.edu.ru/winn/db_reg/articles/1.doc).
4. Phills Jr., Deiglmeier K., Miller D. Rediscovering Social Innovation / Stanford Social Innovation Review. – Fall 2008. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ssireview.org/articles/entry/rediscovering\\_social\\_innovation](http://www.ssireview.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation).
5. In and out of sync. The challenge of growing social innovations. — September 2007. – 66 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialinnovationexchange.org/node/238>.
6. Miller W. The 'habitat' for Entrepreneurship. APARC Working Paper, Stanford University. Available Jan.2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iis-db.stanford.edu/pubs/11898/Miller.pdf>
7. Forum International de l'Innovation Sociale [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ifsi.fiis.conferences.com/fiis\\_pres\\_brevegb.htm](http://www.ifsi.fiis.conferences.com/fiis_pres_brevegb.htm).
8. Ashford N. Technological, Organisational, and Social Innovation as Pathways to Sustainability. Chapter 6: Innovation — digital edition, 2001, pp 233—274. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [web.mit.edu/ctpid/www/tl/docs/WEALTH.doc](http://web.mit.edu/ctpid/www/tl/docs/WEALTH.doc).
9. Москалев И. Технологические основы социально-инновационного государственного управления / И. Москалев [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://spkurduymov.narod.ru/Moskalev23.htm>.
10. Українська інноваційна доктрина 2008. – Харків: Глобус, 2008. – 271 с
11. Рассихина В.С. Теоретико-методологичні проблеми визначення інновацій на сучасному етапі розвитку економіки України / В.С. Рассихина // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4, Т. 3. – С. 124-129.
12. Благоев Ю.Е. КСО и корпоративная стратегия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.gsom.spbu.ru/all\\_news/2010\\_03\\_15\\_kruglyj\\_stol/](http://www.gsom.spbu.ru/all_news/2010_03_15_kruglyj_stol/)
13. Michael E. Porter and Mark R. Kramer, "Philanthropy's New Agenda: Creative Value," Harvard Business Review, November–December 1998, vol. 77, pp. 121-130. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hbr.org/1999/11/philanthropys-new-agenda-creating-value/ar/1>
14. Caroline Hsu. Entrepreneur For Social Change U.S.News and world report. May 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.usnews.com/usnews/news/articles/051031/31drayton.htm>
15. Ashoka: Innovators for the Public "The entrepreneur's revolution and you", 2000, Ashoka [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ashoka.org/fellows/entrepreneurs\\_revolution.cfm](http://www.ashoka.org/fellows/entrepreneurs_revolution.cfm)
16. Freeman, R.E. & Evan W.M. 1990. Corporate governance: A stakeholder interpretation. Journal of Behavioral Economics, 19(4): 337-359 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0701-E.pdf>

330.59:331.108.001.36

*Мякотіна Н.А., к.е.н.,  
Донецький державний університет управління*

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ РОЗВИТКУ І ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ**

Людський капітал є однією зі складових конкурентоспроможності України на сучасному етапі трансформаційно-інноваційного розвитку економіки. Загальне визнання такого підходу державними службовцями різних рівнів, представниками науки і бізнесу обумовлює необхідність розробки концептуальних положень розвитку і використання людського капіталу на загальнодержавному і регіональному рівнях.