

Артюшок К. А., к.е.н., доцент (Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне)

ЕЛЕМЕНТИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Модернізація вищої освіти в Україні та потреба у підвищенні конкурентоспроможності випускників створює ситуацію, за якої регіональним навчальним закладам необхідно розвиватися таким чином щоб перестати бути лише навчальним закладом для студентів. ВНЗ повинен більш активно працювати з місцевою громадою, навчитися ефективно залучати ресурси для реалізації своєї місії.

Фактично вищі навчальні заклади знаходяться у ситуації необхідності досягнення подвійної мети – з одного боку їм необхідно якісно реалізовувати свою місію, з іншого боку – вони знаходяться у жорсткій ситуації системного залучення засобів, для реалізації їх місії.

Сучасний регіональний ВНЗ змушений гармонійно поєднувати в собі одразу дві організації – науково-освітню і підприємницьку, йому необхідно однаково ефективно реалізовувати свою місію, формувати необхідні обсяги фінансових ресурсів і ефективно ними управляти. При цьому важливо підкреслити саме підприємницький стиль управління ВНЗ, який повинен гармонійно поєднуватися з освітньою і науково-дослідною діяльністю, та з соціальною місією навчального закладу.

При цьому, такий вищий навчальний заклад можна назвати соціально-підприємницьким [1], у якому основним критерієм підприємницької діяльності все ж є місія, а не отримання прибутку, що є тільки засобом для досягнення місії. У чистому бізнесі ж, наприклад, прибуток є оцінкою ефективності діяльності підприємця. Тому бізнес-підприємництво орієнтується на ринок, який визначає платоспроможний попит на створену підприємцем продукцію або послугу. Якщо створений товар або послуга не користуються попитом на ринку, то такий товар є неконкурентоздатним, для підприємця виникає ризик банкрутства.

Ринок не досконалий, але він дозволяє оцінити потребу у тому чи іншому продукті або послугі, що вироблена підприємцем і оцінити їх вартість. Підприємницька здатність залучати ресурси (фінансові, людські, фондові і т.д.) і бути конкурентоздатним на ринку – якісний індикатор того, що підприємство створило кращий товар, ніж його конкуренти. Логіка достатньо проста. Додана вартість у бізнесі створюється тоді, коли покупець сплачує за продукцію більше, ніж вона коштує з точки зору витрат. Прибуток є індикатором того, що підприємство дійсно виробляє товар потрібний споживачу. Якщо підприємець не може переконати достатню кількість покупців сплатити адекватну ціну для отримання

прибутку це є індикатором того, що ресурси були витрачені нерационально.

На жаль, ринок не працює таким же чином і для соціального підприємництва. Насправді ринок не дозволяє нам адекватно оцінити вартість соціальних перетворень, суспільного добра або зла. Хоча ці елементи є істотними у соціальному підприємстві, і саме вони його й обумовлюють. У результаті, соціальний підприємець створює певну цінність, яка виправдовує затрачені на своє виробництво ресурси. Життєздатність або зростання соціально-підприємницької організації – це не показник його ефективності, це тільки у кращому випадку, не надто якісний індикатор.

Соціальні підприємці виходять на ринок зі своїм товаром або послугою, і беруть за них певну плату. Вони конкурують між собою за пожертви, волонтерів і інші види матеріально-технічної підтримки, але їх поведінка на ринку не є чисто ринковою, оскільки ринок не здатен адекватно оцінити створену соціальну послугу. Дотепер не існує загальноприйнятого механізму визначення вартості соціальної послуги. А в ситуаціях, коли соціальний ефект може бути вимірний, непросто сказати, що ж його реально викликало.

Теоретичні розробки суті соціального підприємництва дають всі підстави оперувати цим поняттям по відношенню до діяльності вищих навчальних закладів.

Соціально-підприємницька організація володіє специфічною корпоративною культурою, принципи якої сформулював Дж. Боше [2]:

- беріть на себе ризики або ризикуйте. Підприємці ризикують, вони перебувають у стані невизначеності, їм це не завжди подобається, але вони повинні це робити. Невдача – це всього лише досвід, який дозволяє розвиватися.

- жорсткий кадровий відбір. Організація повинні сформувати такий штат співробітників, щоб вони усі приймали підприємницький стиль управління і розвивали організацію.

- спрощене управління. Система управління організацією не повинна бути бюрократична, рішення повинні прийматися швидко, а для цього система управління організацією повинна бути простою.

- ринкове управління. Організація у своїй діяльності повинна бути орієнтована на клієнта, а не на потреби самої організації, що достатньою повно представлено серед некомерційних організацій.

- цінова політика. Некомерційна організація повинна більше уваги приділяти ціні на свою продукцію або послугу. Виходячи на ринок необхідно встановити таку ціну, яка дозволила б продукції продаватися і створювати умови для стійкого розвитку організації.

Спираючись на загальні особливості соціально-підприємницької організації, ми можемо сформулювати основні характеристики соціально-підприємницького вищого навчального закладу і дати його визначення.

По-перше, вищий навчальний заклад повинен мати ясну і зрозумілу для всіх місію і базуватися на двох конституюючих його функціях – освіті і наукових дослідженнях.

По-друге, ВНЗ повинен бути відкритим суспільству.

По-третє, ВНЗ повинен розвивати підприємницьке і проєктне мислення як у себе, так і в своєму оточенні.

По-четверте, управління ВНЗ повинне будуватися як програмно-проєктне управління.

Таким чином, соціально-підприємницький вищий навчальний заклад – це вищий навчальний заклад, основним завданням якого є створення і підтримка підприємницького середовища на території своєї присутності, за рахунок широкого використання у своїй діяльності інноваційних освітніх програм і результатів прикладних досліджень.

Проте, якщо вищий навчальний заклад тільки керується тими принципами які описані вище, то він автоматично не стає соціально-підприємницьким. Йому необхідно забезпечити наявність трьох важливих складових, а саме: 1. у навчального закладу повинна бути відкрита (доступна) соціальна інфраструктура; 2. вищий навчальний заклад повинен мати доброзичливе обличчя; 3. у вищому навчальному закладі повинен бути підприємницький інкубатор.

Можна сформулювати наступні напрями діяльності соціально-підприємницького ВНЗ: освітні і тренінгові програми для населення; розвиток громадянського суспільства; розвиток малого і середнього підприємництва; експертно-аналітичний супровід діяльності органів місцевої і регіональної влади; послуги для населення і некомерційних організацій з використанням соціальної інфраструктури закладу.

Принципи соціально підприємництва дозволяють вищому навчальному закладу регіонального рівня, займаючись своєю основною діяльністю, зростити у своїй структурі підприємницьку організацію для забезпечення як фінансової стійкості університету, так і підвищення його ролі у створеній економіці знань.

1. Голубев С. В. Социально-предпринимательский вуз: возможность развития для региональных вузов [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://web.neweurasia.m/media/Socially%20entrepreneurial%20university.doc> 2. Boshee J. Eight Basic Principles for Nonprofit Entrepreneurs // Nonprofit World. – 2001. – Vol. 19 № 4. – pp. 15-18.