

Гришанков В.Г.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР МИНИМИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ЗАТРАТ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Социальное предпринимательство, как новое социально-экономическое явление, включает в себя следующие элементы: 1) решение глобальной социальной проблемы; 2) социального предпринимателя – человека, создающего и распространяющего инновационный способ решения тупиковой социальной проблемы; 3) эффективный экономический механизм использования ресурсов для этих целей, способный создавать полезный эффект для населения, часть из которого присваивается предпринимателем в форме прибыли; 4) кредиторов и инвесторов, готовых рисковать ради этих целей своими деньгами.

Социальное предпринимательство по своей сути является антиподом существующему способу социально-экономического развития, который сложился в процессе эволюции капиталистического общества. Для этого способа с самого начала было характерно чисто утилитарное отношение к человеку и природе, позволявшее извлекать из них полезные эффекты, не заботясь о последствиях. Роль механизма обратных связей взяло на себя государство, которое сформировало правовые рамки для движения капитала и активно включилось в решение социальных проблем.

По мере роста капитала росли и социальные проблемы и, соответственно, затраты государства на их решение. Уже во второй половине XX века они достигли 30–50% ВВП страны. Если к этому добавить многосторонний рост ограничений на использование капитала, то становится понятным, что бюрократический механизм решения социальных проблем в общем-то исчерпал себя, так и не решив глобальных проблем человечества.

Альтернативный государству способ решения социальных проблем – гражданский сектор, во-первых, финансируется по остаточному принципу: налоги государству, прибыль для инвестиций, дивиденды для инвесторов. остаток, если есть социальное давление, на благотворительность. Во-вторых, способ использования денег жестко регламентируется по структуре расходов и цен. Для решения же проблем нужна экономическая свобода. Отсутствие последней делает гражданский сектор формой социального обслуживания, не более того. Тем самым проблемы в лучшем случае «замораживаются» на определенном уровне. В худшем – углубляются. Например, помощь голодающим, как известно, увеличивает рождаемость среди бедных, что приводит к необходимости дальнейшего увеличения этой помощи. Возникает порочный круг бедности.

С удачной попытки разорвать этот круг и начинается социальное предпринимательство как новый способ социально-экономического развития. Его основатель – экономист из Бангладеш М. Юнас, лауреат Нобелевской премии мира за 2006 г., – создал новую организационную структуру получения кредита крестьянами из бедных стран, получившую мировую известность как Банк Грэммин. Объединив в команду получателей кредита, он увеличил возврат ссуд с 30–40% до 98–99%, что позволило снизить ставку по кредитам со 150% (которую требовал деревенский ростовщик) до уровня, принятого в развитых странах. Это привело к резкому расширению количества заемщиков. Уже в 90-е годы Банк Грэммин предоставил около 0,5 млн. ссуд в месяц. В настоящее время Банк Грэммин имеет три тысячи филиалов в Южной Америке и Азии, в районах, пораженных нищетой. Характерно, что с позиции экономической теории Банк Грэммин – это обычное коммерческое предприятие, которое в конкурентной борьбе победило деревенского ростовщика.

В Украине наиболее эффективным социальным предпринимателем признан Л. Богатырчук, создавший в Житомире лечебно-оздоровительный центр, в котором при помощи гипокситерапии мобилизуется иммунная система организма. Эффективность и дешевизна этого метода позволяют обеспечить массовое оздоровление населения прежде всего в Украине, где всего 1% полностью здоровых людей. С помощью этой методики было оздоровлено 50 тыс. детей, пострадавших от Чернобыльской аварии, и бесплатно.

К сожалению, социальное предпринимательство не воспринимается как путь прорыва в будущее, как способ объединения людей, предпринимателей и государства вокруг построения действительно нового общества, где человек, природа и производство будут создавать положительный баланс для каждой части. Уже начавшееся в Украине объединение предпринимателей и государств вокруг подготовки к проведению чемпионата Европы по футболу в 2012 году, тот энтузиазм, который охватил политико-экономическую верхушку нашего общества, наглядно демонстрирует, что социальное предпринимательство еще не скоро у нас превратится из незначительного фактора в основной способ развития.

Следует также выделить теоретические трудности экономического анализа социального предпринимательства.

Эти трудности обусловлены тем, что, во-первых, ущерб, наносимый человеку и обществу в целом потреблением определенных товаров или услуг рассматривается как неизбежное зло и поэтому, как правило, не определяется и не используется в экономических расчетах. Во-вторых, в отличие от категории внешнего эффекта, социальные затраты более широкая и менее определенная категория, так как включает в себя и ущерб для самого потребителя, и ущерб для ближнего окружения, и ущерб для третьей стороны (дальнее окружение). Собственно и само понятие третьей стороны во многом утрачивает свое значение. Например, регулярная гибель водителей, пассажиров и пешеходов как неизбежное следствие использования автотранспорта, – кто здесь третья сторона? Но даже и экологический ущерб от использования автомобилей вряд ли можно отнести к внешним эффектам, если в стране практически все семьи имеют автомобили. Но этот ущерб, безусловно, социальные издержки. Завершая этот пример, к социальным издержкам от использования автотранспорта следует отнести создание и поддержание необходимой инфраструктуры, а также

потери времени на стояние в «пробках» и другие затраты, обусловленные недостаточным развитием этой инфраструктуры. Все эти затраты хотя и создаются использованием автотранспорта, но находятся вне контроля и потребителя и рыночного механизма.

По-видимому, для всестороннего мониторинга социальных затрат от потребления необходимо создание исследовательского центра с привлечением широкого круга специалистов, которые также разрабатывали государственную политику их возмещения.

В частности, введение более высокого уровня налогов на использование автотранспорта, с одной стороны, способствовало бы увеличению использования общественного транспорта как экономически и социально более дешевого. С другой – способствовало бы более интенсивному развитию инноваций в направлении создания автомобиля, который многократно бы превосходил бы существующие модели по уровню безопасности и экологичности.

Необходимость создания такого исследовательского центра обусловлено тем, что практически все группы товаров и услуг создают социальные затраты. Даже образовательные услуги, которые обуславливают положительные внешние эффекты, – одновременно ведут к определенным социальным затратам. К таким затратам можно отнести потерю здоровья в процессе обучения учениками средних школ и студентами, уменьшение трудолюбия после многолетнего сидения за столом и без получения каких-то конкретных результатов, имеющих хоть какую-то внутреннюю ценность.

Кроме того, такой исследовательский центр определял бы по каждой товарной группе те товары, которые имеют значительно меньшие социальные затраты, чем группа в целом и разрабатывал бы политику стимулирования спроса на эти товары, что является ключевым звеном инновационной стратегии, направленным одновременно и на развитие национальной экономики и на развитие общества.

Джемялова Н.Б.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЫНКА ЗЕРНА АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Постановка проблемы.

Зерно всегда было и остается источником богатства любой страны, выступая гарантом экономической и продовольственной безопасности государства. Рынок зерна – основной сектор внутреннего аграрного рынка Автономной Республики Крым и Украины. В то же время, для рынка зерна характерны значительные колебания цен, сокращение валовых доходов сельскохозяйственных предприятий в урожайные годы и повышение цен на хлебобулочные и мукомольные изделия.

Вопросы эффективного функционирования рынка зерна являются достаточно актуальными. Значительное внимание в решение проблем на региональном и мировом уровнях уделено в трудах П.Т. Саблука, О.М. Шпикача, П.Т. Гайдучко, З.П. Николаева, И.В. Кобуты и других.

Цель исследования.

В рамках комплексного исследования рынка зерна проанализировать современное состояние и тенденции развития рынка зерна АРК, провести анализ структуры реализации зерна сельскохозяйственными предприятиями различных организационно-правовых форм хозяйствования.

Результаты исследования.

Развитие рынка зерна непосредственно зависит от состояния зерновой отрасли, которая в Крыму остается основной для абсолютного большинства предприятий различных организационно-правовых форм хозяйствования. В 2006 году площадь под зерновые культуры занимала около половины общей посевной площади сельскохозяйственных культур. Основными производителями и поставщиками зерна на рынок остаются хозяйства Красногвардейского, Джанкойского и Нижнегорского районов. В последние годы они обеспечивают до 38% валового сбора зерна АРК [4, с. 74].

Реформы в аграрном секторе вызвали существенные изменения в структуре реализации зерна сельскохозяйственными предприятиями АРК. Реализация за последние 15 лет зерновой продукции перерабатывающим предприятиям сократилась с 69,8% до 7,7%. Начиная с 1990г хозяйства активно переориентировались на рыночный сбыт зерна, наращивая объемы реализации на рынке. В 2000г. доля зерна, проданного указанным способом была максимальной и достигла 30%. Таким образом, сельскохозяйственные предприятия активно приобщались к агробизнесу с целью быстрого получения денежных средств (рисунок 1).

В 2001 году структура каналов реализации зерна существенно изменилась. Сельскохозяйственные предприятия заметно сокращают самостоятельный сбыт зерна и переориентируются на посреднические структуры. Значительная доля зерна реализуется по другим каналам, в частности коммерческим структурам посредникам. В ценовом отношении сбыт зерна посредникам становится наиболее выгодным. Таким образом, зернотрейдерские компании, основным интересом которых становится формирование экспортных партий зерна, начинают контролировать значительную долю рынка.