

УДК 334: 723

DOI: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i56.93380>

## КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНСЬКОМУ КОНТЕКСТІ

*Полякова О. М., к.е.н., доцент (УкрДУЗТ)*

*В статті досліджено поняття соціального підприємництва, розглянуто критерії та проаналізовано світові моделі соціального підприємництва. Розглянуто особливості становлення та розвитку соціального підприємництва в Україні. Відзначено, що фундаментом сучасного соціального підприємництва є багаті вітчизняні історичні традиції підприємницької діяльності, що базуються на релігійно-етичних засадах і моральній відповідальності. Доведено доцільність системного підходу до забезпечення успішного розвитку соціальних підприємств в Україні.*

*Ключові слова:* соціальне підприємництво, соціальне підприємство, цінність, соціальна відповідальність, соціальні інновації, благодійність.

## КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНСКОМ КОНТЕКСТЕ

*Полякова Е.Н., к.э.н., доцент (УкрГУЖТ)*

*В статье исследовано понятие социального предпринимательства, рассмотрены критерии и проанализированы мировые модели социального предпринимательства. Рассмотрены особенности становления и развития социального предпринимательства в Украине. Отмечено, что фундаментом современного социального предпринимательства является богатые отечественные исторические традиции предпринимательской деятельности, основанные на религиозно-этических принципах и моральной ответственности. Доказана целесообразность системного подхода к обеспечению успешного развития социальных предприятий в Украине.*

*Ключевые слова:* социальное предпринимательство, социальное предприятие, ценность, социальная ответственность, социальные инновации, благотворительность.

## THE CONCEPT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINIAN CONTEXT

*Polyakova E. N., Candidate of Economics, associate professor (UkrSURT)*

*The article studied the concept of social entrepreneurship, considered criteria and analyzed the world of social entrepreneurship model. Foreign concept of social entrepreneurship distinguished role of the state. The features of formation and development of social entrepreneurship in Ukraine. On becoming a social enterprise with the absence of significant state or public support is important to formulate criteria for readiness for social entrepreneurship. So you can set the direction of the search for potential social entrepreneurs who can offer their projects to the public. It is noted that the foundation of modern social entrepreneurship is the rich historical traditions of native entrepreneurship, based on*

*religious and ethical principles and moral responsibility. The expediency of a systematic approach to ensuring the successful development of social enterprises in Ukraine.*

**Keywords:** *social entrepreneurship, social enterprise, value, social responsibility, social innovation, charity.*

**Постановка проблеми.** Світовий бізнес все частіше повертається в бік соціальних проблем як на національному, так і на глобальному рівні. Підприємництво з соціальною метою визнається окремим напрямом економічної діяльності, згадується як «четвертий сектор» в суспільстві.

Соціально відповідальному підприємництву належить важливе місце в системі базових цінностей інноваційного ринкового світогляду. Адже, саме усвідомлення своєї місії підприємця в ринковій трансформації економіки, дозволяє посилити потенціал підприємницького сектора, довести його суспільну значущість. Самостійність господарювання, ініціативний, творчий, морально-відповідальний підхід до справи викликає необхідність вирішення цілої низки проблем. Вони пов'язані з інноваційним пошуком ринкових можливостей, дослідженнями з маркетингу, управління фінансами, використання ресурсів, залучення інвестицій та ведення соціально-відповідального бізнесу [2]. Саме набуття бізнесом соціальної відповідальності перед суспільством становить основу стабільного економічного розвитку держави та вимагає комплексного підходу до реалізації та пошуку нових методів управління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виділення невирішених частин загальної проблеми.** Дослідженням соціальних аспектів підприємництва присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних вчених: С. Алворда, Г. Диза, П. Друкера, І. Березяк, Н. Волосковець, Я. Гришиної, Н. Губської, М. Дейч, В. Диканя, Н. Добрової, В. Компанієць, В. Кулькової, А. Московської, О. Овсянюк-Бердадіної,

О. Сотули, В. Удодової, Л. Федулової та багатьох інших [1-14].

Фахівці вивчають еволюцію соціального підприємництва, аналізують його визначення, функції, особливості соціальних підприємств та ін. В той же час західні дослідники соціального підприємництва, зокрема, Роджер Мартін і Саллі Осбер звертають увагу на поширення вживання даного терміну з ростом популярності практично в будь-якому контексті, як тільки мова заходить про соціально корисну діяльність [цит. за 10]. В Україні розвиток практик соціального підприємництва відбувається на тлі незавершеності теоретичних розробок, що породжує неоднозначність його трактувань і характеристик.

Саме відсутність цілісного підходу до вивчення сутності та проблем соціального підприємництва, дискусії щодо концептуальної основи соціального підприємництва актуалізують наукові дослідження у цьому напрямку.

**Постановка завдання.** Метою статті є розкриття сутності і основних характеристик соціального підприємництва та особливостей його становлення в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Соціальне підприємництво займає проміжне положення між сферами традиційного підприємництва та благодійності: від першого воно відрізняється своїми цілями – спрямованістю на соціальні зміни, вирішення соціальних проблем; а від другої – комерційним характером діяльності (цілі досягаються не шляхом разових фінансових вливань, а за допомогою організації підприємницької діяльності).

Напрямок соціального підприємництва почав виділятися за кордоном в середині 70-х рр. ХХ століття,

при цьому єдине загальноприйняте визначення цього явища так і не сформувався. В цілому соціальне підприємництво розглядається як:

- спосіб соціальної підтримки певних груп населення;
- механізм сприяння економічному розвитку, підтримки підприємництва;
- альтернативний державному механізм вирішення соціальних проблем;
- соціально орієнтований бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем;
- система господарювання, складовими якої є соціальні підприємства [8].

За думкою Б. Драйтона «соціальні підприємці не задовольняються тим, щоб просто дати людині рибу або навчити, як її ловити. Вони не заспокоюються до тих пір, поки не революціонізують саму рибну галузь» [цит. за 10].

У США соціальним підприємництвом називають підприємницьку діяльність неприбуткових організацій, спрямовану на вирішення соціальних проблем визначеної цільової групи.

В європейських країнах соціальне підприємництво визначається як бізнес із соціальною місією. На відміну від звичайного підприємництва на перше місце тут виходить соціальний аспект, а потім економічна ефективність.

За визначенням міжнародних громадських фондів, зокрема Schwab Foundation for Social Entrepreneurship (Швейцарія), Skoll Foundation (США), Ashoka Foundation (Індія) соціальне підприємництво розглядається як інноваційна підприємницька діяльність із метою соціальних змін у суспільстві [12].

В. Ю. Кулькова в своїй роботі [10] виділяє три підходи до визначення соціального підприємництва:

1) спрямованість на соціальні перетворення (мотивацією соціальних перетворень виступає не реалізація підприємницької здібності, а алтруїзм) (П. Друкер, Р. Мартин, С. Осбер);

2) соціально відповідальний ризик (створення соціальної цінності, безперевний процес інновацій, відповідальність підприємця перед клієнтами та суспільством) (Г. Диз);

3) отримання в результаті підприємницької діяльності цінності, що виражається в перевазі, яку отримує значна частина суспільства або суспільство в цілому (А. Московська, М. Баталіна, Л. Тарадіна) [10].

По суті, при визначенні соціального підприємництва йдеться про проведення кордонів між ним і, з одного боку, чистої благодійністю або некомерційною громадською діяльністю, а з іншого боку, бізнес-структурами, які дотримуються принципів соціальної відповідальності.

Критеріями соціального підприємництва є:

1) соціальна або екологічна спрямованість діяльності на вирішення конкретних соціальних проблем, стійкі позитивні соціальні результати;

2) прибуткова діяльність, самоокупність і фінансова стійкість, що сприяє до незалежності від зовнішнього фінансування;

3) реінвестиція доходу в бізнес на рішення соціальних проблем;

4) інноваційна діяльність, яка спрямована на застосуванні нових підходів на розв'язання соціальної проблеми;

5) масштабованість і тиражованість, що передбачає збільшення масштабу діяльності соціального підприємства і розповсюдження досвіду (моделі) з метою збільшення соціального впливу;

6) підприємницький підхід - здатність соціального підприємця бачити провали ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які надають довгостроковий позитивний вплив на суспільство в цілому [8].

Однак основним критерієм перспектив соціального бізнесу ряд

українських фахівців вважають кількість успішних підприємців, які можуть зацікавитися малоприбутковими бізнес-проектами, спрямованими на забезпечення потреб вразливих груп громадян [15].

На наш погляд в Україні при становленні соціального підприємництва в умовах відсутності істотної державної або громадської підтримки важливо виділяти не тільки критерії соціального підприємництва, а й формулювати критерії готовності до соціального підприємництва. В такий спосіб можна задавати напрямок пошуку потенційних соціальних підприємців, здатних запропонувати суспільству свої проекти [6].

Забезпеченню процесу впровадження соціальних підприємств в економіку України сприятиме дослідження можливостей використання зарубіжного досвіду соціального підприємництва, його порівняльний аналіз, виявлення переваг та недоліків.

Зарубіжні концепції соціального підприємництва відрізняються роллю держави. Розрізняють чотири моделі соціального підприємництва:

1) модель Північної Європи (Бельгії, Нідерландів, Норвегії, Швеції) – характеризується активною підтримкою держави;

2) моделі США, Канади, Японії – містять регулювання на рівні підприємств, використання благодійництва;

3) модель Центральної Європи (Австрії, Німеччини, Франції) – відрізняється адресними соціальними програмами і бізнес-проектами;

4) модель Великої Британії – має відзнакою значні соціальні інвестиції.

Незважаючи на такі відмінності, поступово різниця між моделями зменшується [1].

Найбільш кардинальні відмінності в розумінні соціального підприємництва та здійсненні соціальної активності підприємцями спостерігаються в США та країнах Європи.

В Європі соціальне підприємництво веде свою історію з кооперативного руху, у США – зі сфери венчурної філантропії – вкладу в соціальне підприємство під низький відсоток, без відсотка, на умовах повернення частини суми або у формі програмно-орієнтованих інвестицій також з мінімальним поверненням [1, 12].

Особливостями діяльності соціальних підприємств в Європі є колективна форма власності і діяльність на користь територіальної громади. Європейські соціальні підприємства функціонують в галузях, у яких держава в певний період зменшила фінансування або яким ніколи не вистачало державного фінансування для повного задоволення потреб суспільства. Тому розвиток соціальних підприємств у кожній з європейських країн залежить від загального добробуту кожної держави.

В США соціальні підприємства – це неприбуткові організації, які отримують дохід. У США держава значно менше підтримує соціальне підприємство, порівняно з Європою. Проте соціальні підприємства, розташовані у Сполучених Штатах, надають набагато більше видів послуг порівняно з європейськими соціальними підприємствами [1, 13].

В соціальному підприємстві Росії, яке зараз проходить процес становлення, провідну роль відіграє уряд та місцеві приватні фонди. Роботу соціальних підприємств підтримують міністерство економічного розвитку Росії та експертна рада при Держдумі, а ресурс «Соціальна карта Російської Федерації», що містить інформацію про соціальні проблеми регіонів, допомагає потенційним та практикуючим соціальним підприємцям знайти ідеї для соціально-орієнтованих проектів [11].

Діючі в Україні соціальні підприємства сильно відрізняються від закордонних аналогів. В Україні не існує законодавчо затверджених понять «соціальне підприємство», «соціальне підприємство», «підприємства соціальної

економіки». Однак в різних нормативно-правових джерелах існують положення, що дозволяють створювати підприємства, які за міжнародними стандартами можуть бути класифіковані як соціальні [14]. Більшість вітчизняних компаній, що займаються соціальним підприємництвом, спрямовані на виконання соціальних програм, а не на розробку ефективних бізнес-підходів. Слід також враховувати недостатню розвиненість інфраструктури підтримки соціальних підприємств.

Вважається, що розвитку соціального підприємництва в Україні сприяють переважно міжнародні фонди. Проте практика показала, що програми підтримки соціального підприємництва з боку міжнародних донорів були провальними. Найчастіше - через відсутність обліку того, хто може бути підприємцем (соціальний підприємець повинен насамперед бути підприємцем, а не орієнтуватися на споживання гранту) [15].

В Україні з жовтня 2010 року на базі Асоціації аналітичних громадських організацій «Соціально-економічні стратегії та партнерства» почав роботу Центр підтримки соціального підприємництва. Він виступає платформою акумуляції знань, успішного досвіду, свого роду механізмом просування ідеї соціального підприємництва на рівні регіону і майданчиком комунікації і обміну знаннями та досвідом для соціальних підприємств і структур підтримки соціального підприємництва [4].

Тобто, в Україні соціальне підприємництво розглядається скоріше як певний підхід, який може застосовуватися до будь-якої бізнес-моделі. Вітчизняний соціально спрямований бізнес не є в усіх випадках соціальним підприємництвом, існує «суміш» понять соціального підприємництва та соціально-орієнтованого бізнесу, бізнесу та волонтерства. Ключовими центрами соціального підприємництва в Україні

вважаються Київ, Івано-Франківськ, Львів [15].

Варто зазначити, що будь-який досвід соціального підприємництва, успішний в одній країні, не може бути перенесений в іншу країну без адаптації. Проте вітчизняним соціальним підприємствам ближчим може видатися досвід європейських країн, де соціальні підприємства є дотаційними і залежними від донорів і держави. Проте, не варто забувати багаті вітчизняні історичні традиції підприємницької діяльності, що базуються на релігійно-етичних засадах і моральній відповідальності, і які можуть стати фундаментом сучасного соціального підприємництва [9].

Взагалі менталітет українського народу формувалася під значним впливом християнства і тому чесність, відповідальність, працелюбство, прагнення до досконалості, милосердя, піклування про ближніх, поважливе ставлення до землі, природи були характерними якостями народу. В середовищі купецтва та підприємців вважалось, що прибуток є дуже важливим, але честь є вищою за прибуток, багатство сприймалось як відповідальність перед Богом та суспільством, обов'язком багатой людини вважалось благодійництво [5].

Експерти виділили такі найбільш вагомі фактори, які впливають на формування соціально відповідальної поведінки у нашому суспільстві:

- система духовно-морального виховання, освіта, сім'я (62,0%);
- ментальність, традиції, історичний досвід населення України (53,2%);
- схвалення та стимулювання соціально відповідальної поведінки владою (44,9%);
- партнерські та ділові стосунки із зарубіжними фірмами (32,9%);
- приклади соціально відповідальної поведінки представників (влада, бізнес-структури) розвинутих країн (25,9%) [5, с.30].

В обмеженому масштабі соціалізація підприємницької діяльності відбувається через поширення принципів корпоративної соціальної відповідальності. Частина вітчизняних підприємців та науковців ототожнюють поняття соціальної відповідальності та соціального підприємництва. Однак існує принципова відмінність між цими двома економічними категоріями, оскільки метою діяльності комерційного підприємства є отримання прибутку для розширення бізнесу, а соціального – отримання прибутку для вирішення соціальних проблем [12, 3]. Однак, на наш погляд, як соціальна відповідальність бізнесу, так і діяльність соціальних підприємств є основою, підґрунтям інноваційного розвитку економіки.

На жаль, згідно даних дослідження українського бізнесу ООН, в середньому 49,1% підприємств взагалі не відслідковують соціальні наслідки інноваційного розвитку, іноді це роблять 29,4% підприємств і лише 5,3% використовують для оцінки чіткі показники [2]. В той час як упровадження політики корпоративної соціальної відповідальності визнано фактором, що збільшує прибутковість компаній.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** У сьогоденнішому контексті соціальне підприємництво визначається як діяльність, що має три орієнтири: соціальний, ринковий та інноваційний та складається із таких компонентів: соціальної проблеми; механізму інноваційного вирішення даної проблеми; ресурсів для підтримки нової системи. Саме інноваційна діяльність сприяє реалізації соціальних цілей як в некомерційному секторі, так і в корпоративному соціальному підприємстві [7].

Вітчизняне соціальне підприємництво є підприємством гібридного виду, що об'єднує елементи комерційного ведення бізнесу і

некомерційні організації, що функціонують виключно на пожертви.

Ключем до успішного розвитку соціальних підприємств в Україні є вироблення національних стратегій розвитку соціального підприємництва, які дозволили б скоординувати зусилля всіх зацікавлених сторін. Потрібна чітка і скоординована робота підприємців, громадських організацій, донорських структур і держави, а також фінансування окремих проектів. Ці заходи дозволять вирішувати проблему соціального підприємництва системно.

Одним із шляхів розв'язання цілої низки стратегічних завдань може бути прогнозування можливостей взаємовідносин між такими системами «наука – інновація – соціально відповідальне підприємство – держава».

#### ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1 Березяк, І. І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва [Текст] / І. І. Березяк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка». – 2014. – Вип 25. – С. 31-36.

2 Волосковець, Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки [Текст] / Н. Ю. Волосковець // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 125-130.

3 Гришина, Я. С. Социальное предпринимательство как инновационно-правовая основа обеспечения имущественных потребностей [Электронный ресурс] / Я. С. Гришина // Государство и право. Вестник Нижегородского университета им. И.Н. Лобачевского, 2013. -№3(2). – С.50-52. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-predprinimatelstvo...>

4 Губская, Н. В. Социальные инновации в условиях экономического кризиса [Текст] / Н. В. Губская,

Е. Н. Стрелина // Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету. – 2014. – Том 2. – С. 69-73.

5 Дейч М. Факторы формирования и стимулирования социально ответственного поведения личности, бизнеса, общества, государства в Украине [Текст] / М. Дейч, В. Компаниец // Вестник экономической науки Украины. – 2013. – Том 24. – Выпуск № 2 – С. 28-35.

6 Дикань, В. Л. Реанимирование экономики Украины [Текст] / В. Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – Вип. 45. – С. 11-17.

7 Дикань, В. Л. Українська модель економічної системи як нова концепція розвитку національної економіки [Текст] / В. Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – Вип. 44. – С. 11-17.

8 Доброва, Н. В. Соціальне підприємництво [Електронний ресурс] / Н. В. Доброва // Економічні інновації. – 2015. – Вип. 59. – С. 112-117. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/...](http://nbuv.gov.ua/UJRN/)

9 Компанієць, В. В. Сутність корпоративної соціальної відповідальності: базові підходи західної наукової думки [Текст] / В. В. Компанієць // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – №4. – С. 250-255.

10 Кулькова, В. Ю. Социальное предпринимательство: сущность и основные характеристики [Электронный ресурс] / В. Ю. Кулькова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – Том 11 (№2). – С. 119-122. – Режим доступа:

<http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-predprinimatelstvo...>

11 Московская, А. А. Феномен социального предпринимательства и его перспективы в России [Электронный ресурс] / А. А. Московская // Меценат. – Режим доступа : <http://www.maecenas.ru/libs/index.html?117>

12 Овсянюк-Бердадіна, О. Ф. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації [Текст] / О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 6, Ч. 2. – С. 129-132.

13 Сотула, О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки [Електронний ресурс] / О. В. Сотула // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – №4. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1988>

14 Удодова, В. І. Дослідження досвіду функціонування національних моделей соціального підприємництва [Текст] / В. І. Удодова, В. І. Шаповал // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – 2013. – № 1042. – С. 105-108.

15 Шевченко, Л. Волонтеры с деньгами: как работает социальное предпринимательство в Украине? [Электронный ресурс] / Л. Шевченко. – Режим доступа: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/volontery-s-dengami-kak-rabotaet-socialnoe-predprinimatelstvo-v-ukraine-366210>