

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-82>

УДК 334.722:364.016

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

RESEARCH OF MODERN MODELS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Гуцол Денис Сергійович

аспірант,

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3144-1311>

Якимова Наталія Сергіївна

доктор економічних наук, доцент,

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5278-1142>

Hutsol Denys, Yakymova Nataliia

Vasyl' Stus Donetsk National University

У статті досліджено сучасні моделі соціального підприємництва з метою виявлення їхніх ключових характеристик, ефективності та потенційного впливу на суспільний розвиток. Результати аналізу різноманітних підходів показують, що соціальні підприємства можуть ефективно поєднувати підприємницьке новаторство з реалізацією соціальної місії. Доведено, що однією з ключових точок в виборі соціальної моделі є важливість розуміння різниці між моделями соціального підприємництва та їхнім впливом на суспільство. Дослідження підтверджує необхідність подальшої підтримки соціальних підприємств через розробку сприятливого законодавства та фінансової інфраструктури. Вивчення сучасних моделей дозволить ідентифікувати оптимальні шляхи впровадження соціального підприємництва для досягнення збалансованого підходу до бізнесу та громадського блага.

Ключові слова: соціальне підприємництво, модель соціального підприємництва, підприємець, стратегія, соціальна місія, місія підприємства, формування моделі управління.

The article studies modern models of social entrepreneurship in order to identify their key characteristics, effectiveness and potential impact on social development. The current economic landscape shows that the definition of business strategies and principles of economic growth cannot be excluded from the context of social responsibility and impact on the public good. In this context, social entrepreneurship, which combines the principles of economic efficiency with solving social problems, becomes a key factor in development. First defined by scientists in the middle of the 20th century, social entrepreneurship became not only an object of active practical application, but also an object of intensive study and research. The constant development of society creates new challenges, and the answer to them becomes the subject of deep analysis. In particular, the understanding of different models of social entrepreneurship is becoming increasingly important for the formation of successful business strategies and methods. The results of the analysis of various approaches show that social enterprises can effectively combine entrepreneurial innovation with the realization of a social mission. It has been proven that one of the key points in choosing a social model is the importance of understanding the difference between social entrepreneurship models and their impact on society. The study confirms the need for further support for social enterprises through the development of favorable legislation and financial infrastructure. It is important to take into account regional and cultural features for the effective development of social entrepreneurship in different countries. The study also indicates that the further development of social entrepreneurship requires the support of the state, as well as partnerships between the government, the public sector and business. This approach will contribute to the creation of a favorable environment for innovation and support of social initiatives. The study of modern models will allow to identify optimal ways of implementing social entrepreneurship to achieve a balanced approach to business and public good.

Keywords: social entrepreneurship, social entrepreneurship model, entrepreneur, strategy, social mission, enterprise mission, management model formation.

Постановка проблеми. Сучасні трансформації в глобальному бізнес-середовищі спонукають до вивчення та удосконалення підходів щодо розвитку підприємницької діяльності. Зокрема, соціальне підприємництво стає все більше актуальним явищем у світі, активізуючи питання щодо ефективності використання різних його моделей у сучасних умовах. Отже, дослідження сучасних моделей соціального підприємництва є актуальним і важливим для подальшого формування стратегій підтримки та розвитку цього виду діяльності в різних регіонах та національних контекстах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Важливий внесок у дослідження соціального підприємництва внесли вчені С. Алворд, Г. Діз [1], Б. Дрейтон [2], П. Друкер, А. Керрол, М. Фрідмен, М. Юнус [3] та інші. З розвитком національних моделей соціального підприємництва це питання почало розглядатися і українськими науковцями, зокрема, Л. Долудою, О. Дороніною [4], Ю. Кірсановою, В. Кокотом, А. Корнецьким [5], М. Наумовою, В. Назаруком [5], В. Смалем, О. Трегубовим [4], Н. Якимовою [4] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні проблема формування теоретичних і практичних підходів до вивчення сучасних моделей соціального підприємництва залишається актуальною і потребує подальшого пошуку напрямів її систематизації та узагальнення з метою визначення оптимальних стратегій для підприємств, громадських організацій та владних структур у досягненні сталих соціальних результатів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження, систематизація та аналіз сучасних моделей соціального підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний економічний ландшафт свідчить про те, що визначення бізнес-стратегій та принципів економічного зростання не може бути виключено з контексту соціальної відповідальності та впливу на громадське благо. У цьому контексті соціальне підприємство, яке поєднує принципи економічної ефективності з вирішенням соціальних проблем, стає ключовим чинником розвитку. Вперше визначене науковцями в середині ХХ століття, соціальне підприємство стало не тільки об'єктом активного практичного застосування, але й об'єктом інтенсивного вивчення та дослідження. Невпинний

розвиток суспільства породжує нові виклики, а відповідь на них стає предметом глибокого аналізу. Зокрема, розуміння різних моделей соціального підприємництва набуває все більшого значення для формування успішних стратегій та методів ведення бізнесу.

Термін «соціальне підприємство» був вперше введений у 1980-х роках Біллом Дрейтоном [2], засновником організації Ashoka. Ця організація об'єднує лідерів соціального підприємництва з усього світу для вирішення соціальних проблем. Сам Дрейтон описує соціальне підприємство як інноваційний підхід, що надає можливість індивідам вирішувати серйозні соціальні проблеми своєї спільноти.

Проте, Грегори Діз [1], директор Центру розвитку соціального підприємництва Дюкського університету, вважає, що саме в кінці 1990-х років він представив соціальне підприємство як професію та область для вивчення. Для Діза, соціальне підприємство поєднує «пристрасть до соціальної місії з бізнес-дисципліною, інновацією та рішучістю» [1]. Важливо відзначити, що, на відміну від бізнес-підприємців, соціальні підприємці мають соціальну місію – покращення світу, оцінюючи успіх як досягнення прибутку та вирішення соціальних проблем.

Відповідно до методології, розробленої Європейською дослідницькою мережею EMES, існують чотири основних критерії для характеристики економічних та підприємницьких аспектів соціального підприємства: безперервна участь у виробництві товарів або послуг, значний рівень самостійності, значний економічний ризик і обмежений обсяг оплачуваної праці. Для відокремлення соціальних вимірів такої ініціативи було визначено п'ять критеріїв: визначена мета – приносити користь суспільству; ініціатива групи громадян; право прийняття рішень, незалежне від володіння капіталом; участь різних сторін у партисипативному процесі; обмежений розподіл прибутку для уникнення максимізації фінансового доходу.

Основна відмінність між підприємством і соціальним підприємством полягає в їхніх ціннісних пропозиціях. Підприємець спрямовує свою пропозицію на обслуговування ринків, які можуть виправдати новий продукт або послугу для отримання фінансового прибутку. З іншого боку, соціальний підприємець націлений на малозабезпечені, обділені або іншим чином недооцінені групи населення і прагне до великомасштабних трансформа-

ційних змін. Його ціннісна пропозиція спрямована на досягнення значущих соціальних вигід. Успішність соціального проекту вимірюється його здатністю до глибокої і тривалої соціальної трансформації. Під соціальним підприємництвом розуміється систематична, в тому числі інноваційна, господарська діяльність, спрямована на вирішення соціальних проблем.

Соціальне підприємництво відрізняється від корпоративної соціальної відповідальності та благодійних організацій на кількох рівнях. Корпоративна соціальна відповідальність приватного бізнесу розглядається як побічна мета, що стоїть після головної мети – отримання фінансової вигоди акціонерами. У випадку благодійних організацій, їх існування залежить від пожертвувань, тоді як соціальні підприємства створюють стійкі проекти та прагнуть до самостійності в своїй діяльності.

Соціальне підприємництво виступає каталізатором соціальних трансформацій, спрямованих на задоволення соціальних потреб. У цьому контексті, акцент робиться на соціальній цінності, водночас розглядаючи створення економічної цінності як необхідну умову для забезпечення фінансової життєздатності. Хоча соціальне підприємництво може здійснюватися на комерційній основі, його характеризує обмежений потенціал отримання вигоди, що робить його основною ознакою.

Отже, соціальне підприємництво представляє собою новий вид діяльності, який комбінує підприємницьке новаторство та соціальну спрямованість з метою вирішення конкретної соціальної проблеми. Його відмінності від благодійних установ чи організацій, а також від класичного підприємництва, полягають в тому, що соціальне підприємництво спрямоване на виробництво продукту або послуги, які мають суспільне значення.

Соціальне підприємництво є відносно новим явищем для українського суспільства, і моделі його функціонування поки залишаються незрозумілими. Більше того, воно не є поширеним у сфері соціальної роботи, не закріплене законодавчо, і вимагає широкої популяризації в Україні як інноваційного підходу до вирішення соціальних проблем.

У сучасній літературі є безліч трактувань та класифікацій моделей соціального підприємництва. Суть чистої моделі соціального підприємництва полягає у відданості принципам неприбутковості, де діяльність соціальних підприємств переважно не має спільного із сферою економічної діяльності.

Соціальне підприємництво розглядається як господарська діяльність, що базується на самоокупності, з виробництва соціально значущого продукту чи послуги застосуванням інноваційних рішень, що перетворюють саму послугу та/або її економічні механізми на користь суспільства. Для забезпечення фінансової стійкості соціального підприємства, як і в будь-якій іншій діяльності, використовується бізнес-моделювання.

Беручи до уваги цілі соціального підприємництва, К. Альтер [6] виділяє такі основні моделі:

1. Модель підтримки підприємців (entrepreneur support model): надання фінансових послуг для відкриття власного бізнесу клієнтами соціального підприємництва.

2. Модель працевлаштування (employment model): надання можливості працевлаштування та професійного навчання соціальним групам, які мають високі бар'єри на традиційному ринку праці.

3. Модель платних послуг (fee-for-service model): комерційна надання послуг, які відповідають соціальним цілям, фінансуючись за рахунок внесків за ці послуги.

4. Модель фінансування послуг (service subsidization model): використання доходів від продажу товарів та послуг для фінансування соціальних програм.

Інші науковці [7] обґрунтовують такі моделі соціального підприємництва:

1. Модель посередника ринку (market intermediary model): постачання послуг цільовій групі, щоб забезпечити їм доступ до ринків, покращити продукцію та допомогти у збуті.

2. Модель «зв'язковий ринку» (market linkage model): сприяння торговельним відносинам між клієнтами та зовнішнім ринком, діючи як посередник.

3. Модель підтримки організації (organizational support model): продаж продукції та послуг на зовнішній ринок, при цьому використовуючи додатковий дохід для фінансування витрат громадської організації.

Також у дослідженні [8] описується ряд моделей, основними з яких є:

– модель Норріса або «пряма участь», яка передбачає «задоволення основних незадоволених потреб суспільства в прибутковості бізнесу». Вільям Норріс розглядав свої витрати як «інвестиції» для створення та розвитку соціальних підприємств;

– модель Карнегі або «довга рука філантропії». «Наукова» філантропія Ендрю

Карнегі спрямована на допомогу тим, хто хоче допомогти собі самостійно;

– модель Розенвальда або «розвиток довгострокового ринку». Джуліус Розенвальд вважав свої витрати «витратами, які не підлягають відшкодуванню»;

– інноваційна модель Білла Дрейтона спрямована на підтримку понад 1800 дослідників у понад 60 країнах світу з ідеями щодо значних змін на національному та глобальному рівнях. Досягається за допомогою фінансування фондом Ашока діяльності приватних осіб, підприємців.

Отже, усі сучасні моделі соціального підприємництва об'єднуються спільною метою – розв'язання соціальних проблем та покращення благополуччя суспільства. Незалежно від конкретної моделі чи форми, соціальні підприємства визначають свою діяльність як засіб досягнення позитивного соціального впливу. Одним із спільних елементів усіх моделей є прагнення до створення сталої та ефективної діяльності, яка може існувати незалежно від благополуччя ринкового середовища. Взаємодія з урядом, громадським сектором та бізнесом є ключовою для досягнення цієї мети.

Також варто відзначити, що усі моделі враховують інноваційний підхід та прагнуть до впровадження новаторських ідей у рішення соціальних завдань. Це вказує на готовність соціальних підприємств адаптуватися до змін суспільних та економічних умов. Загалом, спільна визначеність цілей, принципів та під-

ходів в усіх моделях свідчить про необхідність подальшого розвитку цього сектору та впровадження сприятливих умов для його розквіту на різних рівнях.

Висновки. Дослідження сучасних моделей соціального підприємництва свідчить про значущий внесок цієї форми діяльності в розв'язання соціальних проблем та створення сталої економіки. Результати аналізу різноманітних підходів показують, що соціальні підприємства можуть ефективно поєднувати підприємницьке новаторство з реалізацією соціальної місії. Однією з ключових точок в виборі соціальної моделі є важливість розуміння різниці між моделями соціального підприємництва та їхнім впливом на суспільство. Наявність глобальних соціальних підприємств із широким впливом, а також малих ініціатив на місцевому рівні, свідчить про великий розмаїття цієї галузі. Дослідження підтверджує необхідність подальшої підтримки соціальних підприємств через розробку сприятливого законодавства та фінансової інфраструктури. Важливо враховувати регіональні та культурні особливості для ефективного розвитку соціального підприємництва в різних країнах. Дослідження також вказує на те, що подальший розвиток соціального підприємництва потребує сприяння держави, а також партнерства між урядом, громадським сектором та бізнесом. Такий підхід сприятиме створенню сприятливого середовища для інновацій та підтримки соціальних ініціатив.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship. Duke University's Fuqua School of Business (revised vers.). URL: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf
2. Schwartz B., Drayton B. Rippling: How Social Entrepreneurs Spread Innovation Throughout the World. San Francisco: Jossey-Bass, 2012. 288 p.
3. Yunus M. Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs. PublicAffairs, 2011. 256 p.
4. Трегубов О. С., Дороніна О. А., Якимова Н.С. Потенціал розвитку соціального підприємництва на Вінниччині. *Економіка і організація управління*. 2022. № 4 (48). С. 31–40.
5. Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Київ : ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
6. Alter K. Social Enterprise Typologies. *Virtue Ventures LLC*. April 2006. URL: <http://www.4lenses.org/setypology>.
7. Арапетян А., Архипчик О., Пан Л. Соціально-відповідальний бізнес: переваги та обмеження. *Практика Управління*. 2008. № 7. С. 12–18.
8. Evolution of the social enterprise industry: A chronology of key events. URL: <http://community-wealth.org/content/evolution-social-enterprise-industry-chronology-key-events>

REFERENCES:

1. Dees, J. G. (2015) The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship. Duke University's Fuqua School of Business (revised vers.). Available at: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf (in English)
2. Schwartz, B., Drayton, B. (2012) Rippling: How Social Entrepreneurs Spread Innovation Throughout the World. San Francisco: Jossey-Bass. 288 p. (in English)
3. Yunus, M. (2011) Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs. PublicAffairs. 256 p. (in English)
4. Trehubov, O. S., Doronina, O. A., Yakymova, N. S. (2022) Potensial rozvytku sotsialnoho pidpriemnytstva na Vinnychchyni [The potential for the development of social entrepreneurship in Vinnytsia region]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, vol. 4 (48), pp. 31–40. (in Ukrainian)
5. Svynchuk, A. A., Kornetskyi, A. O., Honcharova, M. A., Nazaruk, V. Ya., Husak, N. Ye., Tumanova, A. A. (2017) Sotsialne pidpriemnytstvo: vid idei do suspilnykh zmin [Social entrepreneurship: from idea to social change]. Kyiv: TOV «Pidpriemstvo «VI EN EI». 188 p. (in Ukrainian)
6. Alter, K. (2006) Social Enterprise Typologies. *Virtue Ventures LLC*. Available at: <http://www.4lenses.org/setypology> (in English)
7. Arapetian, A., Arkhynchuk, O., Pan, L. (2008) Sotsialno-vidpovidalnyi biznes: perevahy ta obmezhennia [Socially responsible business: advantages and limitations]. *Praktyka Upravlinnia*, vol. 7, pp. 12–18. (in Ukrainian)
8. Evolution of the social enterprise industry: A chronology of key events. Available at: <http://community-wealth.org/content/evolution-social-enterprise-industry-chronology-key-events> (in English)