

УДК 334.72:364.2

Соціальне підприємництво: сутність та особливості розвитку

Никифорак В.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та управління персоналом
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

У статті виділено три підходи до визначення соціального підприємництва, три основні аспекти, які відіграють важливу роль у розумінні його сутності. Наведено головні ознаки, які в сукупності характеризують це явище та відрізняють його від інших видів соціально-економічної діяльності.

Ключові слова: соціальне підприємництво, філантропія, соціальне благо, соціальна місія, соціальна спрямованість, підприємницький підхід, фінансова стійкість, соціальна цінність.

Никифорак В.А. СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

В статье выделены три подхода к определению социального предпринимательства, три основных аспекта, которые играют важную роль в понимании его сущности. Приведены главные признаки, которые в совокупности характеризуют это явление и отличают его от других видов социально-экономической деятельности.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, филантропия, социальное благо, социальная миссия, социальная направленность, предпринимательский подход, финансовая устойчивость, социальная ценность.

Nykyforak V.A. SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: THE CONCEPT AND CHARACTERISTICS OF DEVELOPMENT

Highlighted three approaches to defining social entrepreneurship are three main aspects that play an important role in the understanding of its essence. Outlines the major signs that collectively characterize this phenomenon and distinguish it from other types of socio-economic activities.

Keywords: social entrepreneurship, philanthropy, social good, social mission, social orientation, business approach, financial sustainability, social value.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Незважаючи на активне поширення соціального підприємництва у світі та зростання інтересу науковців до проблеми соціального підприємництва, сутність, можливості й особливості функціонування соціального підприємництва все ж залишаються предметом дискусії. Відсутність чіткого визначення терміна «соціальне підприємництво» перешкоджає інституціоналізації даного явища й обмежує розвиток емпіричних і теоретичних досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першими основними працями в галузі соціального підприємництва стали дослідження таких учених, як: Г. Діз, Р. Дарт, С. Шейн, С. Венкатараман, Дж.С. Морт, Дж. Виравардена, А.М. Передо, М. Маклін, Дж. Мер, І. Марті.

Серед українських авторів, які досліджують проблеми соціального підприємництва, можна відзначити М. Наумову, З. Галушку, О. Кіреєву, В. Удодову, В. Шаповал, А.І. Андрущенко, Й.М. Рябця, Й. Салія.

Зважаючи на наявні наукові напрацювання із цієї проблематики, зауважимо, що дефініція соціального підприємництва не має загально-

прийнятого визначення у світовій та вітчизняній науці, тому потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення особливостей становлення та розвитку соціального підприємництва. Виходячи з характеристики шкіл соціального підприємництва, необхідно дослідити три основні аспекти, які відіграють важливу роль у формуванні та розумінні сутності соціального підприємництва: 1) соціальну спрямованість; 2) підприємницький підхід; 3) фінансову стабільність; виділити основні ознаки соціального підприємництва, які в сукупності характеризують це явище та допомагають відокремити його від інших видів соціально-економічної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наявність різних поглядів і підходів зумовлена контекстуальними факторами й існуванням різних шкіл дослідників соціального підприємництва. М. Діз і Б. Андерсон [3] виділяють дві основні дослідницькі школи соціального підприємства: школу соціальних підприємств (the social enterprise school) і школу соціальних інновацій (the social

innovation school). Представники школи соціальних підприємств фокусують свої дослідження на двох напрямках: способах одержання доходу некомерційними організаціями та на соціальних проектах комерційних підприємств. Обидва напрями розглядають соціального підприємця як індивіда, що організовує й управляє бізнесом, націленим на досягнення соціальних цілей. Представники школи соціальних інновацій більше акцентують увагу на інноваційних, новаторських способах розв'язування соціальних проблем і розглядають соціальних підприємців як носіїв перетворень, які здатні викликати структурні й системні зміни в суспільстві. Кожна зі згаданих вище шкіл, на думку Г. Діза й Б. Андерсона [3], має обмеження, які повинні бути враховані під час розроблення нових підходів до вивчення соціального підприємництва. Однак необхідно зазначити, що в цілому ці два підходи до вивчення соціального підприємництва не суперечать один одному, а скоріше доповнюють, і, «по суті, мова йде про розгляд різних емпіричних сторін феномена соціального підприємництва, ключовими рисами якого для всіх є соціальне призначення, визнання важливості соціальних перетворень (інновації, підприємництво) і ринкових компонентів у роботі (продаж товарів і послуг, економічна ефективність)» [1, с. 97].

На основі проведеного аналізу з усіх найбільш цитованих визначень соціального підприємництва можна виділити три, які найчастіше зустрічаються: перший наголошує на здатності соціального підприємництва здійснювати суспільні трансформації, соціальні зміни; другий підхід визначає соціальне підприємництво як інноваційний, підприємницький спосіб створення соціального ефекту; третій підхід заснований на важливій умові існування та збереження стабільності в соціальному підприємстві – досягнення «подвійного ефекту» – соціального й економічного.

На основі представленого вище аналізу основних визначень соціального підприємництва можна виділити три основні аспекти, які відіграють важливу роль у формуванні та розумінні сутності соціального підприємництва: соціальну спрямованість; підприємницький підхід; фінансову стабільність.

Соціальна спрямованість. Розглядаючи соціальне підприємництво з погляду соціальної спрямованості, зазначимо, що використання бізнес-інструментів для розв'язання соціальних проблем – явище не нове. На думку А. Московської, «соціальне підприєм-

ництво підвищує сукупну економічну ефективність, тому що вводить в економічний оборот ресурси, які раніше в такій якості не використовувалися». Справді, у соціальному підприємстві на будь-якому етапі ланцюжка створення цінності можуть залучатися ресурси або створюватися комбінація ресурсів, які раніше не було використано, або було використано недостатньо. Наприклад, це може бути залучення соціально уражених верств населення (інвалідів, пенсіонерів, засуджених і т. д.) у процес виробництва. Так, Українське товариство глухих «УТОГ», створене в 1992 р., випускає швейну продукцію; у компанії працюють люди з інвалідністю, переважно слабочуючі. Крім того, у соціальному підприємстві часто залучаються матеріальні ресурси, які раніше не використовувалися або використовувалися недостатньо. Наприклад, благодійний магазин «Спасибі!» займається збором непотрібного одягу, прикрас, книг у добротному стані. Більша частина речей розподіляється серед нужденних і надходить у благодійні організації, а кошти від продажу частини, що залишилися, використовуються на підтримку функціонування організації, а також перераховуються на добродійність.

Соціальне підприємництво, як правило, спрямоване на задоволення попиту з низькою прибутковістю на ринках із низьким рівнем конкуренції й може створювати неіснуючий раніше попит на новому ринку.

Підприємницький підхід. Багато дослідників [2; 4] намагалися дати визначення соціального підприємництва виходячи з розбіжностей між соціальним і комерційним підприємництвом. Можна виділити такі основні аспекти, які відрізняють соціальне підприємництво від комерційного: мета, пошук можливостей, залучення ресурсів, взаємодія із зацікавленими сторонами, оцінка результатів.

Узагальнюючи результати аналізу досліджень соціального підприємництва, заснованих на пошуку подібностей і розбіжностей між комерційним і соціальним підприємництвом, зазначимо, що багато авторів [5] поділяють думку про те, що соціальне підприємництво є різновидом підприємництва, основу якого становлять важливі характеристики, згадані раніше (наприклад, здатність підприємця розпізнавати можливості, пошук інноваційних рішень і т. д.). Однак саме мета організації, пов'язана з розв'язком соціальної проблеми, і визначає його специфіку та відмінні риси.

Фінансова стабільність. Важливим аспектом під час визначення поняття «соціальне

підприємництво» виступає фінансова стабільність, що є необхідною умовою довгострокового створення соціального ефекту й виражається в прагненні соціальних підприємців досягнути самоокупності, беззбитковості своєї діяльності. Наявність соціальної місії й створення соціальної цінності є обов'язковими умовами для соціального підприємництва, а створення економічної цінності – необхідною умовою для його фінансової стабільності [6].

Наприклад, за підтримки ГО «Народна допомога» та соціальної пекарні «Горіховий дім» (м. Львів) безробітні та бездомні жінки випікають печиво, яке реалізується в ресторанах та кав'ярнях Львова.

Для підтримки фінансової стійкості пекарня знайшла інвестора, який згоден надати близько 10 тис. євро на розвиток пекарні. Це дасть змогу налагодити виробництво упакованої продукції та суттєво розширити географію збуту. У планах пекарні – розширити базу клієнтів: окрім кав'ярень, пропонувати свою продукцію мережам магазинів.

У табл. 1 виділено основні ознаки соціального підприємництва, які в сукупності характеризують це явище та допомагають відокремити його від інших видів соціально-економічної діяльності:

– по-перше, необхідно ще раз підкреслити, що соціальне підприємництво – це економічний вид діяльності суб'єкта господарювання, що відрізняє соціальне підприємництво від таких соціально спрямованих видів діяльності, як філантропія, доброчинність, соціальний активізм. Даний критерій означає, що соціальне підприємництво як економічна діяльність – процес сполучення дій, які при-

водять до одержання певного переліку продукції. Це досягається тоді, коли поєднуються ресурси та виробничий процес для створення конкретних товарів і послуг. Також соціальне підприємництво – це діяльність, що має стійку бізнес-модель, спрямовану на створення соціального ефекту в довгостроковій перспективі (на відміну від некомерційних організацій);

– по-друге, соціальний підприємець може здійснювати діяльність і в комерційній, і в некомерційній організаційно-правових формах;

– по-третє, на відміну від основної мети комерційного підприємництва, яка полягає в одержанні прибутку, основна мета соціального підприємництва полягає у створенні соціального блага через реалізацію місії, що прив'язана до розв'язання конкретної соціальної проблеми. Як правило, розв'язання соціальної проблеми відбувається в інтересах співтовариства, яке може бути обмежене за певними ознаками (наприклад, територіальними, відповідно до особливостей здоров'я й т. п.), і у зв'язку зі специфічними характеристиками вилучене із соціально-економічного життя, не має можливості придбати певні товари й послуги;

– по-четверте, на нашу думку, соціальне підприємництво може досягати фінансової стабільності за рахунок поєднання ринкових і неринкових джерел доходу, що дає змогу соціальним підприємцям здійснювати пролив у тих галузях, які зазвичай непривабливі для традиційного підприємництва. Діяльність, заснована тільки на позиковому безповоротному фінансуванні, не має стабільності у довгостроковій перспективі, а також фактично

Таблиця 1

Ознаки соціального підприємництва

Критерій	Ознаки соціального підприємництва
Вид діяльності	Діяльність господарюючого суб'єкта, заснована на довгостроковому плануванні
Організаційно-правова форма	Поза залежністю від організаційно-правової форми
Мета організації	Місія, мета прив'язані до розв'язування конкретної соціальної проблеми (розрив між бажаним станом і наявними, викликаними провалами ринку, держави)
Фінансова стабільність	Фінансова стабільність може досягатися за рахунок змішаного підходу: використання ринкових і неринкових інструментів і джерел одержання доходу
Характер діяльності	Підприємницький підхід: пошук можливостей (виявлення провалів ринку, держави), взяття на себе ризиків, пошук інноваційних способів комбінації ресурсів для створення соціальної цінності
Характеристика наданого товару/послуги	Товари, послуги, які мають високі позитивні ефекти, ненадані через провали ринку й держави

позбавлена компонента ризику, властивих підприємницькій діяльності;

– по-п'яте, соціальне підприємництво – це інноваційний вид діяльності, спрямований на заповнення провалів ринку й держави за рахунок пошуку можливостей (виявлення соціальних проблем), комбінації ресурсів для створення соціальної цінності;

– по-шосте, фірми в соціальному підприємстві надають товари, послуги, які мають високі позитивні ефекти.

Висновки з цього дослідження. На основі проведеного аналізу соціального підприємництва, виділення його ознак і обґрунтування джерел виникнення пропонується таке визначення: *соціальне підприємництво – економічна діяльність суб'єкта господарювання поза залежністю від організаційно-правової форми, що використовує підприємницький підхід, місія якого прив'язана до розв'язання конкретної соціальної проблеми, нерозв'язуваної внаслідок провалів ринку та держави.*

Підкреслимо, що місія таких організацій пов'язана з розв'язуванням конкретної соціальної проблеми певного співтовариства, визначає і відношення соціально-підприємницьких фірм до одержання прибутку, що стає

не первинною метою, а необхідною і бажаною умовою реалізації місії. Орієнтація діяльності соціального підприємництва на створення соціальної цінності через розв'язання конкретної соціальної проблеми, а не одержання комерційного ефекту фактично виключає діяльність комерційних організацій, які працюють у соціальній сфері та націлені передусім на одержання прибутку (зорієнтовані на одержання прибутку частки клініки, школи і т. д.).

Інноваційність соціального підприємництва пов'язана не тільки зі здатністю новим способом комбінувати ресурси для створення цінності, але й з можливістю соціального підприємництва здійснювати прорив у галузі, де існують провали ринку та держави у розв'язанні соціальних проблем. Дане визначення, з одного боку, охоплює діяльність і новостворених організацій, і інноваційний процес створення соціальної цінності всередині наявних організацій поза залежністю від організаційно-правової форми. Воно виводить за рамки таку соціально спрямовану діяльність як добродійність, а також і новаторську діяльність суспільних і некомерційних організацій, які не здійснюють економічну діяльність і не використовують підприємницький підхід у діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Московская А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / А. Московская. – М.: Высшая школа экономики, 2011. – 284 с.
2. Остин Дж. Социальное и коммерческое предпринимательство: сходства и различия / Дж. Остин, Г. Стивенсон, Дж. Вей-Скиллерн // Вестник С.Петербург. ун-та. Серия «Менеджмент». – 2010. – Вып. 3. – С. 115–145.
3. Dees J.G. Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought / J.G. Dees, B.B. Anderson // ARNOVA Occasional Paper Series. – 2006. – Vol. 1.– Issue 3. – P. 1–28.
4. Dees J.G. Enterprising nonprofits / J.G. Dees // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76.– Issue 1. – P. 55–66.
5. Alvord S.H. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory / S.H. Alvord, L.D. Brown, C.W. Letts // The Journal of Applied Behavioral Science. – 2004. – № 40. – P. 260–282.
6. Mair J. Successful social entrepreneurial business models in the context of developing economies: an explorative study / J. Mair, O. Schoen // International Journal of Emerging Markets. – 2007. – Vol. 2. – Issue 1. – P. 54–68.
7. Martin R.J. Social entrepreneurship: the case for a definition / R.J. Martin, S. Osberg // Stanford Social Innovation Review. – 2007. – Spring. – P. 29–39.
8. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства / М. Наумова // Україна: аспекти праці. – 2014. – № 4. – С. 34–39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.caseatduke.org/dokuments/dees_sedef.pdf.
9. Салій І. Американський та європейський шляхи соціального підприємництва / І. Салій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/109-amerykanskyi-ta-ievropeyskyi-shliakhy-sotsialnoho-pidpriemnytstva>.
10. Галушка З.І. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні / З.І. Галушка // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – 2013. – Вип. 148. – С. 15–17.