

## Розвиток та становлення соціального підприємництва та соціальної відповідальності в сучасних умовах

**Матвієнко-Біляєва Г.Л.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри підприємницької діяльності  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця

Стаття присвячена актуальним питанням визначення та становлення соціального підприємництва і соціальної відповідальності бізнесу. Проаналізовано та систематизовано фактори розвитку соціального підприємництва в мінливому середовищі. Досліджено світовий досвід організації соціального підприємництва. Окреслено основні елементи соціального підприємництва.

**Ключові слова:** підприємництво, соціальна відповідальність, соціальне підприємництво, елементи соціального підприємництва, фактори соціального підприємництва.

Матвиенко-Беляева Г.Л. РАЗВИТИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Статья посвящена актуальным вопросам определения и становления социального предпринимательства и социальной ответственности бизнеса. Проанализированы и систематизированы факторы развития социального предпринимательства в изменяющейся среде. Исследован мировой опыт организации социального предпринимательства. Очерчены основные элементы социального предпринимательства.

**Ключевые слова:** предпринимательство, социальная ответственность, социальное предпринимательство, элементы социального предпринимательства, факторы социального предпринимательства.

Matvienko-Biliaeva G.L. THE DEVELOPMENT AND ESTABLISHMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN MODERN CONDITIONS

The article is devoted to the definition and development of social entrepreneurship and social responsibility of business. Analyzed and systematized the factors of the development of social entrepreneurship in a changing environment. Studied world experience of social entrepreneurship. Outlined the basic elements of social entrepreneurship.

**Keywords:** entrepreneurship, social responsibility, social entrepreneurship, social entrepreneurship, factors of social entrepreneurship.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** В сучасному економічному середовищі незмінно ускладнюються самі сфери діяльності підприємництва, відбувається їх інтеграція. Так, дуже швидко поширюється у підприємницькому середовищі соціальне підприємництво.

Поняття «підприємництво» надзвичайно містке – це обумовлено тим, що в ньому міститься сукупність економічних, юридичних, історичних, психологічних та соціальних відносин.

У даний час проблема підвищення соціальної відповідальності підприємництва стоїть як ніколи гостро. Провідні підприємства проявляють інтерес до теми корпоративної соціальної відповідальності, зростає число організацій, які проголосили своєю метою привнесення етичних принципів в практику ділових відносин. Якщо раніше підприємства несли відповідальність тільки перед

своїми акціонерами і, як правило, заявляли, що справою бізнесу є сам бізнес, то в даний час сучасні керівники усвідомлюють, що репутація і фінансові результати діяльності їх підприємств безпосередньо залежать від того, чи є їх підприємницька діяльність гідним членом громадянського суспільства. Підприємництва поступово переходять від безсистемної доброчинності до більш складних корпоративних програмах соціальної відповідальності, до стратегічних форм взаємодії з суспільством і державою.

Соціальна відповідальність підприємництва – це добровільно-активна спроможність сучасної підприємницької діяльності швидко реагувати на очікування суспільства, щодо вирішення економічних та соціальних проблем сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Якщо говорити про розробку даної проблематики вітчизняними науковцями, то слід

визнати, що в Україні питанню соціальної відповідальності підприємництва почали приділяти увагу лише на початку XXI ст., причому ці дослідження мають переважно епізодичний характер. Учені та спеціалісти, які займаються даною проблемою, не завжди чітко визначають її місце і часто обмежуються констатацією положення, що соціальна відповідальність – це добровільні соціальні зобов'язання, які визнаються суспільством та які бере на себе власник або уповноважений ним орган підприємства з метою задоволення соціальних інтересів персоналу та всіх зацікавлених сторін в межах економічної доцільності.

Розкриття сутності соціальної відповідальності підприємництва та еволюції підходів до її розуміння зарубіжними науковцями знайшло своє відображення у працях П. Друкера, М. Фрідмана, А. Керолла, Е. Фрімена, С. Сеті, Ф. Котлера та ін.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є дослідження поглядів учених щодо сутності та природи, аналізу та систематизації таких дефініцій, як соціального підприємництва та соціальної відповідальності сучасного підприємництва.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вперше поняття «соціальний підприємець» як термін став вживатися в 60-х роках 20-го століття у Великобританії. В цей час соціальні питання активно піднімалися в англомовній літературі, але більш стійке і широке вживання термін «соціальне підприємство» отримав у 70-80-х роках.

На сьогодні в Україні активно розвивається громадянське суспільство і волонтерські рухи. Волонтерські рухи допомагають вимушеним переселенцям, дітям-сиротам, самотнім і нездоровим людям, а також не залишаються без уваги і міські проблеми суспільства. Однак головна проблема волонтерських рухів – це гроші, адже волонтери надають допомогу та вирішують соціальні проблеми, але це не є бізнесом який приносить прибуток та який у подальшому можна використовувати на вирішення наступних соціальних проблем суспільства. І вихід з цієї ситуації є – соціальне підприємство. Бо соціальне підприємство – це гібридна підприємницька діяльність яка націлена на вирішення соціальних проблем та залучення сучасного бізнесу бути соціально відповідальним.

Термін «соціальне підприємство», є складним поняттям і несе в собі ряд суперечностей: з одного боку, мова йде про «соціальну», тобто належить до суспільній

діяльності, а з іншого – це підприємницька діяльність з бажанням лише отримувати прибуток. Даний термін асоціюється з особливою вродженою здатністю відчувати і використовувати можливості поєднанням нестандартного мислення і прагнення створити або принести в життя щось абсолютно нове, але з соціальним ефектом для суспільства.

Широким і ґрунтовним є визначення термінів, пов'язаних з соціальною підприємницькою діяльністю, теоретиком соціального підприємництва Грегорі Дізу, вчений визначає місце соціального підприємництва в сучасному світі, і описує соціальних підприємців як таких, які відіграють роль генератора змін у соціальній сфері. Їм він приписує характерні риси та вміння, саме вони, на його думку діють наступним чином: визначають місію, спрямовану на створення і підтримку соціальних, не тільки матеріальних цінностей; постійно шукають і відшуковують нові можливості виконання місії; постійно привертають навчання до процесу навчання, використовують нововведення та інновації; діють сміливо, не обмежуючись наявними на даний момент ресурсами; але демонструють високий рівень відповідальності за своїх клієнтів і результати діяльності.

Найпоширеніше визначення соціального підприємництва належить Грегорі Дізу, який виділив п'ять факторів, що його визначають [1]:

- 1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага);
- 2) виявлення й використання нових можливостей для реалізації вибраної місії;
- 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання;
- 4) рішучість дій, не обмежена географічним розміщенням ресурсів;
- 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством.

Тож соціальне підприємство – це заснована на самоокупній основі господарська діяльність із виробництва соціально значущого продукту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які перетворюють на користь суспільства саму послугу та/або механізми її економічної реалізації. Кінцева мета якої – не лише отримання прибутку, а й виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми [1].

Соціальне підприємство націлена на рішення соціальних проблем, що характеризується наступними основними ознаками:

1) соціальний вплив – цільова спрямованість на рішення існуючих соціальних проблем у суспільстві;

2) інновації – застосування нових, унікальних підходів, що дозволяють збільшити соціальний вплив;

3) самоокупність і фінансова стійкість – здатність соціального підприємства вирішувати соціальні проблеми до тих пір, поки це необхідно, і за рахунок доходів, одержуваних від власної діяльності;

4) масштабність – збільшення масштабу діяльності соціального підприємництва (на національному і міжнародному рівні) і поширення досвіду з метою збільшення соціального впливу;

5) підприємницький підхід – здатність соціального підприємця бачити недоліки ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які надають довгостроковий позитивний соціальний вплив на суспільство цілому.

Залежно від розуміння суті та призначення соціального підприємництва можна виділити декілька підходів, що склалися щодо його змісту у світі. В американському контексті Social Enterprise Alliance (USA) визначає соціальне підприємництво як діяльність НПО (неприбуткової організації), що використовує бізнес-стратегії або засновує підприємство задля отримання доходу та направляє його на підтримку соціальної місії. У Великобританії воно визначається як діяльність комунальних підприємств, кредитних спілок, товариств, власниками яких є працюючі там робітники, кооперативи, фонди розвитку, соціальні компанії, житлові кооперативи та благодійні організації. Організація Social Enterprise London (SEL, UK) визначає такі риси соціального підприємництва: орієнтація на ринкові умови та спроможність функціонувати в таких умовах; наявність соціальної спрямованості та етичних принципів діяльності; «соціальна власність» підприємства, автономність та незалежність, за якої прибуток йде на потреби соціальних груп-власників або на потреби громади [2].

Соціальне підприємництво має позитивний ефекти від діяльності, це:

1) сприяння працевлаштуванню людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями та безробітних;

2) пропонування нових шляхів для реформування державних соціальних послуг;

3) підтримка залучення громадян до участі у соціальних ініціативах на волонтерських

засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем;

4) розширення видів соціальних послуг, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу у зв'язку з малоприбутковістю, непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки;

5) ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем;

6) зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем (актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів);

7) сприяють формуванню сприятливого конкурентного середовища [3].

Підґрунтям для розвитку соціального підприємництва в Європі стала активізація з середини XIX століття кооперативного руху. На відміну від бізнес- та некомерційних організацій, кооперативи створюються переважно фізичними особами з метою задоволення їх власних економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. На початку XX століття кооперативи вже відігравали важливу роль у вирішенні соціальних проблем європейських країн.

У країнах Скандинавії, з достатньо високим рівнем соціального захисту населення, неприбуткові організації не брали участь у розв'язанні проблем безробіття, а здебільшого здійснюють свою діяльність у сфері відпочинку та культури. Разом з тим, для скандинавських країн характерний розвинутий кооперативний рух (робочі та сільськогосподарські кооперативи).

Відносно низький рівень державних витрат на соціальні послуги у Великобританії компенсувався активною діяльністю некомерційного сектору, фінансування якого здійснюється переважно бізнес-організаціями. Великобританія у 80-х роках почала активно запроваджувати квазі-модель соціального забезпечення. Її специфіка полягала у тому, що держава залишала за собою функції фінансування і регулювання соціальних послуг, а їх надання на конкурсній основі могли здійснювати і як державні організації, так і неприбуткові та бізнес-організації.

Питома вага соціальних витрат в структурі бюджету південних країн Європи (Іспанія, Італія, Португалія) є меншою у порівнянні з іншими європейськими країнами. Це пояснює незначну кількість неприбуткових організацій у цих країнах. Разом з тим, для цих країн історично характерні сильні кооперативні традиції, що слугувало підґрунтям для

розвитку соціальних підприємств та визначення їх юридичного статусу. У 90-х роках в Італії, Португалії та Греції виникають перші соціальні підприємства, приймаються закони спрямовані на підтримку підприємств створених у формі кооперативу. Зокрема, перший нормативно-правовий акт – «Закон про соціальні кооперативи», що регулював діяльність соціальних підприємств був прийнятий в Італії у 1991 р. [4].

В Україні не існує законодавчо затверджених понять «соціальне підприємництво», «соціальне підприємство», «підприємства соціальної економіки». Таким чином можна зробити висновок, що офіційно соціальних підприємств і соціального підприємництва в Україні немає. Однак у різних нормативно-правових джерелах існують положення, що дозволяють створювати підприємства, які за міжнародними стандартами можуть бути класифіковані як соціальні [5]. Більшість соціальних підприємств України забезпечують робочими місцями представників цільових груп, з якими вони пов'язані своєю основною діяльністю. Їхня головна мета діяльності, як і будь-яких інших бізнес-структур, – досягти позитивних фінансових і соціальних результатів за рахунок інвестицій [6]. В останні роки на Україну соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських.

В наукових публікаціях розглядалися різні інструменти залучення фінансових ресурсів бізнес-структур до реалізації соціальних програм та проектів [7]. Державне управління розвитком соціального підприємництва може запропонувати набір фінансових інструментів, що включає:

1) благодійні пожертвування й спонсорська адресна допомога бізнес-структур для проведення соціальних програм – у формі грошових засобів, субсидій, адміністративних приміщень, продукції, транспорту, обладнання, призових фондів, сплати рахунків за соціальні послуги, інші);

2) інвестування юридичною або фізичною особою об'єктів (прав) інтелектуальної власності в проекти користування та надання соціальних послуг;

3) делегування співробітників бізнес-структури з використанням їх часу, знань, навиків, інформації, контактних зв'язків для реалізації соціальних програм;

4) грошові гранти в сфері освіти, для проведення наукових і соціальних досліджень;

5) створення корпоративних фондів бізнес-

структур з метою реалізації проектів їх соціального розвитку;

6) соціальні інвестиції бізнес-структур в довгострокові соціальні програми держави та регіону;

7) соціально значимий маркетинг – форма адресної фінансової допомоги за рахунок направлення отриманого прибутку на впровадження соціальних заходів.

За даними проекту SELUSI, спрямованого на дослідження діяльності більше 600 соціальних підприємств в Європі, були визначені основні сфери їх діяльності: соціальні послуги – 16,7%, працевлаштування та навчання – 14,88%, охорона довкілля – 14,52%, освіта – 14,52%, економічний, соціальний розвиток та розвиток громади – 14,34%, культура, мистецтво та відпочинок – 7,08%, охорона здоров'я – 6,9%, забезпечення житлом – 2,72; бізнес-асоціації – 2%, законодавство, пропаганда та політика – 1,63%, інші – 4,72% [8].

В Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій, як ефективний механізм вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад.

Діяльності українських соціальних підприємств за даними «Каталогу соціальних підприємств» зосереджена переважно у сфері послуг – майже 67% підприємств (освіта, спортивні клуби, туризм, шиномонтаж) (здебільшого така діяльність не потребує значних фінансових інвестицій при започаткуванні); далі йде поєднання виробництва і надання послуг – 26% (легка промисловість та психологічна допомога, виробництво сувенірної продукції української тематики та професійно-технічна освіта/ діяльність шкіл підготовки водіїв транспортних засобів/ надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів). Виробничою діяльністю займаються лише 7% підприємств (сфера харчування, поліграфія, сільське господарство) [9].

Відповідно до дослідження [9] привабливими для соціального підприємництва в Україні формами господарювання є такі: громадська організація + фізична особа підприємця – 28%, громадська організація – 26%, фізична особа підприємця – 15%, ТОВ – 13% та підприємство об'єднання громадян – 13%, благодійний фонд – 2,5% та приватних підприємств-2,5%.

**Висновки з цього дослідження.** Соціальне підприємництво в Україні переживає

стадію зародження та становлення. За результатами досліджень можна зробити висновки про: значно повільніші темпи зростання кількості соціальних підприємств, пріоритетність сфери послуг як виду їх діяльності. Розвиток соціального підприємництва в Україні втілюється переважно малими підприємствами (мікропідприємства). Основними джерелами фінансування соціального підприємництва є кошти акціонерів цих підприємств та гранти. Державна підтримка та фінансування соці-

ального підприємництва в Україні на сьогоднішній день є мізерним та незначним.

Отже, підсумовуючи вище викладене можна стверджувати, що соціальне підприємство – це підприємницька діяльність яка має соціальну місію «соціальну відповідальність», та виконує соціальні функції щодо найменш соціально захищених верств населення, сама генерує свій прибуток та розподіляє його на задоволення економічних та соціальних потреб суспільства.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки / Сотула Е. О. // Ефективна економіка. – 2013. – № 4.
2. Московская А.А. Феномен социального предпринимательства и его перспективы в России // Меценат – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.maecenas.ru/lib/index.html?117>.
3. Сафаров С. М. Основы социального предпринимательства / С. М. Сафаров. – Иваново: Издательство «Роща», 2014. – 295 с.
4. Defourny J. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences/ J. Defourny, M. Nyssens // Journal of Social Entrepreneurship. – 2010. – Vol.1 – No. 1. – Pp. 32-53.
5. Социальное предпринимательство в Украине: Европейское исследование. Обмен опытом [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://sesp.org.ua>.
6. Новый бизнес: социальное предпринимательство [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.nb-forum.ru>.
7. Пономаренко О. В. Механізми реалізації регіональних соціальних інноваційних програм і проектів // Управління соціально-економічним розвитком територій та підприємств: зб. наук. праць / Дон ДУУ.– Донецьк, ДонДУУ, 2006. – Т.VII, вип. 64. – С. 64-71.
8. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. – К.: КНЕУ, 2015. – 519 с.
9. Каталог соціальних підприємств України 2013 року / за ред. В. Назарук – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013 – 79 с.