

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Г. Ю. Іваненко, здобувач вищої освіти групи Ф-5/1
обліково-фінансовий факультет, МНАУ

Актуальність теми дослідження спричинена формуванням нових правил функціонування національних економік та, як наслідок, значними викликами як економічного, так і соціального характеру, які вони несуть для України. Ідея соціального підприємництва привернула увагу науковців та бізнесменів, на тлі сучасного загострення багатьох соціальних, екологічних та економічних проблем, ставши новою парадигмою підприємницького мислення.

Наявність різних поглядів і підходів зумовлена контекстуальними факторами й існуванням різних шкіл дослідників соціального підприємництва. М. Діз і Б. Андерсон [1] виділяють дві основні дослідницькі школи соціального підприємництва: 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 [1], має обмеження, які повинні бути враховані під час розроблення нових підходів до вивчення соціального підприємництва.

На основі проведених досліджень, з’ясовано, що 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 [2].

На рисунку 1.1 виділено основні ознаки соціального підприємництва, які в сукупності характеризують це явище та допомагають відокремити його від інших видів соціально-економічної діяльності.

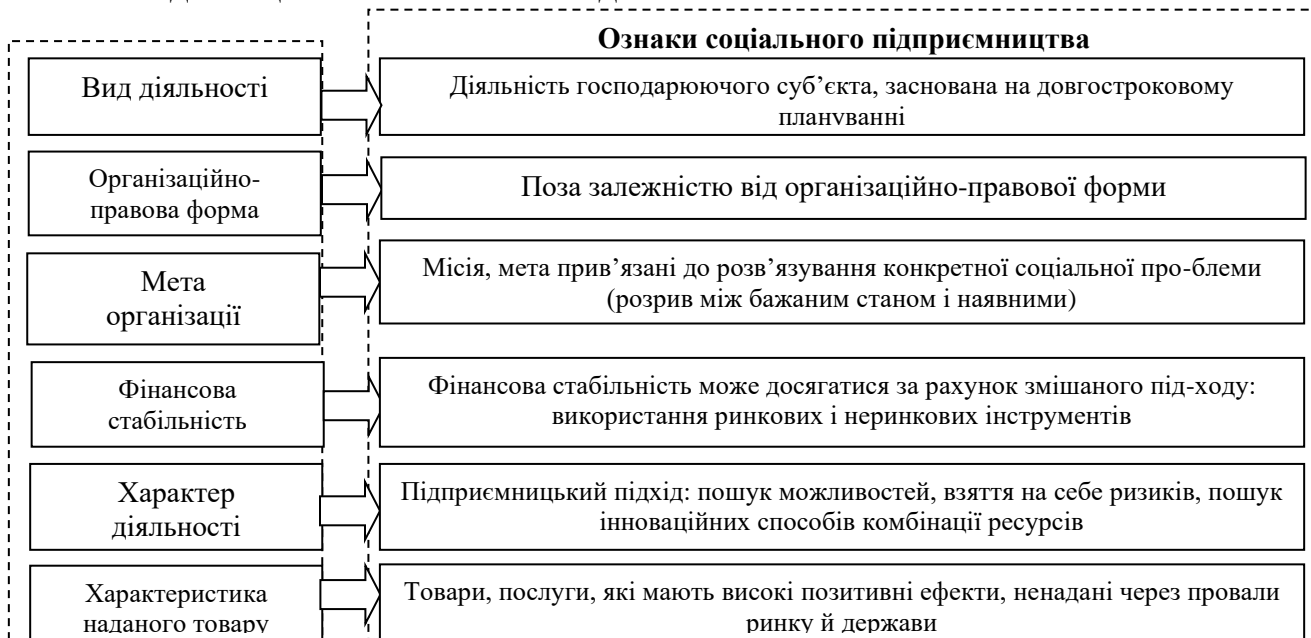


Рисунок 1.1 – Ознаки соціального підприємництва
Джерело: систематизовано автором

Так, дослідивши особливості формування соціального підприємництва, з'ясовано, 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 приводять до одержання певного переліку продукції. Також соціальне підприємництво – це діяльність, що має стійку бізнес-модель, спрямовану на створення соціального ефекту в довгостроковій перспективі (на відміну від некомерційних організацій) [4].

Також, соціальний підприємець може здійснювати діяльність і в комерційній, і в некомерційній організаційно-правових формах. 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 спрямовується на вирішення конкретної соціальної проблеми.

Отже, на нашу думку, соціальне підприємництво може досягати фінансової стабільності за рахунок поєднання ринкових і неринкових джерел доходу, що дає змогу соціальним підприємцям провадити бізнес та зайняти відповідну нішу у тих галузях, які зазвичай непривабливі для традиційного підприємництва.

Література:

1. Dees J.G. Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought / J.G. Dees, V.B. Anderson // ARNOVA Occasional Paper Series. — 2006. — Vol. 1.— Issue 3. — P. 1–28.
2. 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.
3. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства / М. Наумова // Україна : аспекти праці. — 2014. — №. — С. 34–39.
4. Салій І. Американський та європейський шляхи соціального підприємництва / І. Салій [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http : // www.socialbusiness.in.ua/index.php](http://www.socialbusiness.in.ua/index.php).

***Науковий керівник - Лункіна Т. І.,
канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Миколаївський національний аграрний університет***