

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-69-8>
УДК 334.78

Бергер А.Д.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій

Berher Alina

National University of Food Technologies

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ

THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTERPRISE: THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACHES

Стаття присвячена дослідженню категоріального апарату в галузі соціального підприємництва. Шляхом теоретичних підходів узагальнено визначення сутності поняття «соціальне підприємництво», наведено основні характеристики термінів «підприємець» та «підприємництво» порівняно з характеристиками сутності визначень понять «соціальний підприємець» та «соціальне підприємництво». Обґрунтовано, що кінцевою метою підприємця є створення економічного багатства, тоді як для соціального підприємця пріоритетом є виконання його соціальної або екологічної місії. За допомогою практичних підходів досліджено діючі структури бізнес-моделей, які використовують соціальні підприємства. Досліджено вдале використання ділових етичних практик та програм корпоративної соціальної відповідальності, які сприяли успіху проєктів відомих соціальних підприємств.

Ключові слова: соціальне підприємництво, розвиток, ідея, підходи, соціальні підприємства, бізнес-модель, проєкти.

Статья посвящена исследованию категориального аппарата в области социального предпринимательства. Путем теоретических подходов обобщенно определены сущности понятий «социальное предпринимательство», приведены основные характеристики терминов «предприниматель» и «предпринимательство» по сравнению с характеристиками сущности определенных понятий «социальный предприниматель» и «социальное предпринимательство». Обосновано, что конечной целью предпринимателя является создание экономического богатства, тогда как для социального предпринимателя приоритетом является выполнение его социальной или экологической миссии. С помощью практических подходов исследованы действующие структуры бизнес-моделей, которые используют социальные предприятия. Исследовано удачное использование деловых этических практик и программ корпоративной социальной ответственности, которые способствовали успеху проектов известных социальных предпринимателей.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, развитие, идея, подходы, социальные предприятия, бизнес-модель, проекты.

The article is devoted to the development of category instrument in industry of social enterprise. The world community aims to ensure economic stability and welfare of the population through the development of social entrepreneurship. From the point of view of theoretical approaches the determination of “social enterprise” essence is generalized, the basic descriptions of terms “businessman” and “enterprise” are given in comparison with the descriptions of “social businessman” and “social enterprise” essence of determination. It is proven that the ultimate goal of businessman is creation of economic wealth; while for social businessman the priority is implementation of his social or ecological mission. In particular, social businessmen develop the strategies of making profit, directly to execute the mission for social value providing. Unique characteristics that businessmen and social businessmen oriented to the profit are generalized. From the point of view of practical approach, effective business models for functioning of successful social enterprise are investigational. The most widespread operating structures of business models that the social enterprises of present time use are described. The successful use of business ethic practices and programs of corporate social responsibility that assisted projects' success of social businessmen – Muhammad Yunus, Bill Drayton, Rachel Bratten, Blake Mycoskie, Scott Harrison and others. It is proven that for further development of the idea of social enterprise in the world, forming of social influence is needed as the orientation on the decision of social and ecological problems, application of new innovative (unconventional) approaches, financial investments, promotion of successful social projects among groups, companies, and countries. Moreover, successful development of social enterprise can be financial and resource support of large business-corporations that act on the principles of social business responsibility and their own image technologies. Social entrepreneurship is becoming increasingly popular among public organizations and receives support from business structures.

Key words: social enterprise, development, idea, approach, social enterprises, business-model, projects.

Постановка проблеми. Актуальність дослідження, а саме розвитку соціального підприємництва, підтверджується тим, що на Всесвітньому економічному форумі 2020 року центральними темами обговорення

стали проблеми місії, покликання та етики. Водночас 50% респондентів цього річного дослідження “Global Human Capital Trends”, у якому взяли участь близько 9 000 бізнес- та HR-лідерів зі 119 країн світу, вважають,

що мета діяльності їхньої організації значно розширюється, охоплюючи всі зацікавлені сторони, локальні громади, для яких вони працюють, та суспільство загалом [1]. Світова спільнота націлена на забезпечення економічної стабільності й добробуту населення, впровадження інновацій та передових технологій, поширення соціально відповідального бізнесу, вирішення соціальних та екологічних проблем на підставі розвитку соціального підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальне підприємництво – це одна з актуальних і затребуваних тем для здійснення досліджень сьогодення. Теоретико-практичні аспекти цього питання втілені в роботах С. Алворда, Дж. Діса, Дж. Дефорні та інших учених. В останніх публікаціях наведені приклади соціальних підприємств та їх засновників, які успішні з комерційної точки зору, та обґрунтована роль соціального підприємництва для подальшого гармонічного демократичного розвитку суспільства. Водночас підходи до цієї проблематики безперервно доповнюються, удосконалюються та вимагають подальших наукових розробок і напрацювань.

Мета статті полягає в узагальненні тенденцій розвитку соціального підприємництва з позицій теоретичних і практичних підходів.

Виклад основного матеріалу. Соціальне підприємництво – це поєднання підприємництва (бізнесу) із соціальними проблемами. Соціальні підприємці орієнтовані не лише на прибуток. На відміну від некомерційних організацій, соціальне підприємництво може приносити прибуток, але основна увага приділяється соціальним або екологічним змінам (удосконаленням), здійсненим під час отримання цього прибутку.

Соціальне підприємництво полягає у визнанні соціальних проблем та досягненні соціальних змін шляхом використання підприємницьких принципів, процесів та операцій, тоді як загальне підприємництво означає взяття на себе ініціативи для відкриття нового бізнесу або диверсифікацію наявного бізнесу; соціальне підприємництво головним чином фокусується на створенні соціального капіталу без вимірювання результатів у прибутку у грошовому вираженні. Підприємці у цій галузі асоціюються з некомерційними секторами та організаціями, але це не виключає необхідності отримання прибутку, адже підприємцям потрібен капітал, щоби продовжувати бізнес і впроваджувати позитивні революційні зміни в суспільство. Разом із соціальними проблемами соціальне підприємництво зосереджується на екологічних проблемах. Фонди захисту прав дитини, заводи з переробки відходів та фонди розширення прав і можливостей жінок – це кілька прикладів соціальних підприємств. Соціальними підприємцями можуть бути ті особи, які пов'язані з некомерційними та недержавними організаціями, які залучають кошти за допомогою життєвих громадських заходів.

У сучасному світі є кілька добре відомих соціальних підприємств, які зробили великий внесок у розвиток суспільства. Засновник та менеджер “Grameen Bank”

Мухаммад Юнус є сучасним соціальним підприємцем, якому за його діяльність у 2006 році вручили Нобелівську премію миру. Це підприємство постійно зростає та приносить користь значній частині суспільства [2].

За словами Грега Діса, що є співзасновником Центру сприяння соціальному підприємництву Університету Дьюка та членом дорадчої ради “Impact Entrepreneurs”, соціальні підприємці – це особи, які мають інноваційні рішення найбільш актуальних соціальних проблем суспільства [2]. Вони наполегливі та амбітні, вирішують основні соціальні проблеми та пропонують нові ідеї для широкомасштабних змін. Однак соціальні підприємці, як правило, визначають сфери, які не працюють ефективно в сучасній системі. Вони намагаються вирішити проблему, змінюючи її, поширюючи обізнаність про рішення та переконуючи людей стати частиною цих змін. Як загальну рису слід назвати те, що соціальні підприємці хочуть бачити суспільство без проблем. Крім того, вони більш практичні, оскільки завжди турбуються про можливість своїх ідей. За останні два десятиліття соціальне підприємництво зросло на основі розуміння того, що нові методи, шляхи чи ідеї є ключовими для вирішення проблем у суспільстві [2]. Соціальні підприємства перш за все застосовують бізнес-рішення соціальних проблем. У некомерційній організації немає акціонерів, тому прибуток соціального підприємства реінвестується в роботу самої організації. Оскільки некомерційні соціальні організації почали здійснювати діяльність, що приносить дохід, їм була потрібна нова модель бізнесу. Ця модель гарантувала, що ринкові характеристики, принципи та цінності бізнесу (диверсифікація, конкуренція, інновації, підприємництво) можуть співіснувати в гармонії та працювати з традиційними цінностями державного сектору. Ці цінності включають служіння суспільним інтересам, реагування на співтовариство тощо. Крім того, ефективна бізнес-модель є основою успішного соціального підприємства. Бізнес-модель має два основних елементи [3], такі як операційна стратегія, що необхідна для створення передбачуваного впливу, яка включає внутрішню структуру організації, а також зовнішні партнерські відносини; ресурсна стратегія, що визначає, де і на яких умовах організація може отримати ресурси для роботи (як людські, так і фінансові).

У табл. 1 наведено основні характеристики підприємств, узагальнені з визначень у науковій періодиці щодо створення підприємств, використання можливостей та максимізації прибутку.

Історії успіху людей, які вирішують складні соціальні проблеми, використовуються для агітації поширення сфери соціального підприємництва. Наприклад, у 2004 році Стенфордський університет запустив “Social E-Lab” як частину курсу «Підприємницький дизайн для надзвичайної доступності», який пропагує використання принципів підприємництва для вирішення соціальних та екологічних проблем. Програма створила низку успішних проектів, серед яких слід назвати “DripTech”, “Project Healthy Children” та “Embrace” [2].

Характеристики термінів «підприємець» та «підприємництво»

Автор	Визначення понять	Характеристика
Й. Шумпетер (1934 рік)	Підприємець – це новатор, який здійснює підприємницькі зміни на ринках, де підприємницькі зміни мають п'ять проявів: 1) запровадження нового/вдосконаленого товару; 2) впровадження нового способу виробництва; 3) відкриття нового ринку; 4) експлуатація нових джерел постачання; 5) створення нової організації з будь-якої галузі тощо.	Новатор
Д. Мак-Клелланд (1961 рік)	Підприємець – це людина з високою потребою в досягненнях. Ця необхідність досягнення безпосередньо пов'язана з процесом підприємництва та помірним ризиком.	Високий успіх, носій ризику, відданий
І.М. Кірзнер (1978 рік)	Підприємець визнає ринкові можливості та діє на них. Підприємець за сутністю є арбітражем.	Арбітраж
С. Шанро (1975 рік)	Підприємець проявляє ініціативу, організовує деякі соціальні та економічні механізми та приймає ризики невдач.	Організатор, учасник ініціативи
В. Карланд та інші вчені (1984 рік)	Підприємець характеризується головним чином інноваційною поведінкою та застосовуватиме стратегічні практики управління у бізнесі.	Стратегічний мислитель
Дж.Дж. Као і Х.Х. Стівенсон (1985 рік)	Підприємництво – це спроба створити цінність шляхом визнання ділових можливостей.	Творець цінностей, можливість усвідомлювати
Дж.А. Тіммонс і С. Спінелли (2008 рік)	Підприємництво – це спосіб мислення, міркувань та дій, який охоплений можливостями, є цілісним у підході та збалансованим у лідерстві.	Цілісний та наполегливий керівник

Джерело: [2–5]

Інтерес до соціальних підприємців впливає з їх ролі у вирішенні соціальних проблем для покращення добробуту суспільств. Порівняльні характеристики термінів «соціальний підприємець» та «соціальне підприємництво» наведені в табл. 2.

Порівнюючи визначення та характеристики підприємців (табл. 1) і визначення соціальних підприємців

(табл. 2), спостерігаємо, що кінцевою метою підприємця є створення економічного багатства, тоді як для соціального підприємця пріоритетом є виконання його соціальної та екологічної місії. Соціальні підприємці розробляють свої стратегії отримання прибутку, щоби безпосередньо виконувати свою місію та надавати соціальну цінність.

Таблиця 2

Характеристики термінів «соціальний підприємець» та «соціальне підприємництво»

Автор	Визначення поняття «соціальний підприємець»	Характеристика
Д. Борнштейн (1998 рік)	Прорив шляху з потужною новою ідеєю, яка поєднує фантазію та творчий підхід до вирішення проблем, має сильну етичну основу й цілком володіє своїм баченням змін.	Наполегливий керівник місії
В. Томпсон та інші вчені (2000)	Люди, які усвідомлюють, де є можливість задовольнити якусь незадоволену потребу, яку державна система соціального забезпечення не задовольняє, і які збирають ресурси (волонтерів, гроші та приміщення) і використовують їх для реалізації.	Емоційно заряджений творець соціальної цінності
В. Діс (1998 рік)	Відіграють роль агентів змін у соціальному секторі шляхом прийняття місії створення та підтримання соціальної цінності; визнання і застосування нових можливостей для виконання цієї місії; залучення до процесу інновації та навчання; сміливої дії без обмеження наявними ресурсами; виявлення підвищеного почуття відповідальності перед виборчими округами, що послужило досягненню результатів.	Високо відповідальний, відданий та соціально насторожений агент
Р.О. Брінкерхофф (2009 рік)	Приймає розумний ризик від імені людей, яким служить їх організація.	Лідер думки
Ч. Ледбігер (1997 рік)	Підприємницькі, інноваційні та «перетворюючі» особи, які також є лідерами, казкарями, менеджерами людей, фантазіями-опортуністами та будівельниками альянсів. Вони визнають соціальну проблему, організують та створюють підприємство, а також управляють ним, щоби здійснити соціальні зміни.	Менеджер і керівник
Ш.А. Захра та співавтори (2008 рік)	Соціальне підприємництво охоплює діяльність та процеси, що проводяться задля виявлення та використання можливостей для підвищення соціального багатства шляхом створення нових підприємств або інноваційного управління наявними організаціями.	Новатор, учасник ініціативи, що попереджає про можливість
М. Апока (2012 рік)	Особи, які мають інноваційні рішення найактуальніших соціальних проблем суспільства.	Прозорливий

Джерело: [2–5]

Соціальний підприємець – це особа, керована місією, яка використовує набір підприємницької поведінки, щоб надати соціальну цінність менш привілейованим через суб’єкта підприємницької орієнтації, який є фінансово незалежним, самодостатнім або стійким. У табл. 3 узагальнено унікальні характеристики підприємців, орієнтованих на прибуток, та соціальних підприємців, представлених у табл. 1, 2, а також визначено ті характеристики, які найімовірніше зустрічаються в обох типах підприємців.

За даними Центру соціального підприємництва Сколла, визначення соціального підприємництва не має поширюватися на благодійників, активістів, компанії з фондами чи організації, які просто несуть соціальну відповідальність.

Зокрема, наведемо найпоширеніші діючі структури бізнес-моделі, які використовують соціальні підприємства [4].

1) Перехресна компенсація – одна група клієнтів оплачує послугу. Прибутки від цієї групи використовуються для субсидування послуги для іншої, недостатньо забезпеченої групи.

2) Плата за послугу – бенефіціари платять безпосередньо за товари чи послуги, що надаються соціальним підприємством.

3) Навчання зайнятості та практичним навичкам – передбачається забезпечення прожиткового мінімуму, розвитку навичок та професійного навчання бенефіціарів, тобто працівників.

4) Посередник на ринку – соціальне підприємство виступає посередником або поширювачем на розширеному ринку. Вигодонабувачами є постачальники товару та/або послуги, що поширюється на міжнародному ринку.

5) Зв’язок ринку – соціальне підприємство сприяє торговим відносинам між бенефіціарами та новими ринками.

6) Незалежна підтримка – соціальне підприємство постачає товар або послугу на зовнішній ринок, який відрізняється від бенефіціара та соціального впливу. Кошти використовуються для підтримки соціальних програм бенефіціара.

7) Кооператив – комерційний або некомерційний бізнес, який належить його учасникам, які також користуються його послугами або товарами.

Вдале використання етичних практик та програм корпоративної соціальної відповідальності сприяло успіху таких соціальних підприємців [5].

1) Білл Дрейтон, який заснував “Ashoka: Innovators for the Public” у 1981 році, яка застосовує багатогранний підхід до пошуку та підтримки соціальних підприємців у всьому світі. Б. Дрейтон також виконує обов’язки голови правління організації “Get America Working!” за молодіжне підприємство.

2) Рейчел Братен, яка є автором книги-бестселера за версією «Нью-Йорк Таймс». Її акаунт в “Instagram” має 2,1 млн. підписників. Рейчел намагається пов’язати вчителів з людьми в інтернет-спільноті, які потребують зцілення та оздоровлення. Її інтернет-канал “oneoeight.tv” був інтернет-студією, яка запропонувала послуги з охорони здоров’я, йоги та медитації.

3) Шиза Шахід – співзасновник і глобальний посол Фонду Юсафзай Малали, який керує її діловими операціями, допомагає та реалізує в життя її ідеї. Малала Юсафзай – це пакистанська правозахисниця, яка виступає за доступність освіти для жінок у всьому світі й стала наймолодшим лауреатом Нобелівської премії миру у 2014 році.

4) Блейк Мікоскі, що у 2006 році став головним давальником взуття та засновником “TOMS Shoes”, вклавши в компанію 300 тисяч доларів власних грошей. “TOMS” пообіцяв пожертвувати однією парою взуття на кожну продану і тепер розширює кампанію «Один на одного». Через бренд “TOMS Mycoskie” він підвищив обізнаність щодо таких проблем, як глобальна бідність та здоров’я. Станом на 2019 рік організація забезпечила людей у країнах, що розвиваються, 95 мільйонами пар взуття та понад 722 тисячами тижнів безпечної води. Більш того, програма “TOMS Eyewear” допомогла відновити зір у понад 780 тисяч осіб, надавши одержувачам окуляри або оплативши хірургічну операцію.

5) Скотт Гаррісон, який у 2006 році заснував благодійну організацію «Вода», що є некомерційною організацією, яка забезпечує безпечною та питною водою 28 країн світу. Станом на 2020 рік організація виконала 51 438 проєктів у країнах, що розвиваються. Тільки у 2018 році благодійність організації «Вода» збирала 69,3 млн. доларів.

Таблиця 3

Характеристики підприємців, орієнтованих на прибуток, та соціальних підприємців

Унікальні характеристики підприємця, орієнтованого на прибуток	Характеристики, загальні для обох типів	Унікальні характеристики соціального підприємця
<ul style="list-style-type: none"> – Високий успіх; – носій ризику; – організатор; – стратегічний мислитель; – творець цінностей; – цілісний; – арбітраж. 	<ul style="list-style-type: none"> – Новатор; – відданий; – учасник ініціативи; – керівник; – попередження про можливість; – наполегливий; – здійснено. 	<ul style="list-style-type: none"> – Керівник місії; – емоційно заряджений; – змінити агента; – лідер думки; – творець соціальної цінності; – соціально насторожений; – менеджер; – прозорливий; – високо відповідальний.

Джерело: [4]

6) Професор Мухаммед Юнус, який відомий своєю популяризацією мікрофінансування та мікrokредитування. У 2006 році М. Юнус був нагороджений Нобелівською премією за створення Банку Грамін, який базується на принципах довіри та солідарності, щоб розширити можливості жителів села за допомогою коштів для виходу з бідності. За даними “Grameen Bank”, станом на лютий 2020 року 97% з 9,31 млн. позичальників становлять жінки, які повертають свої позики у розмірі 98%, тобто рівень відновлення вищий, ніж у будь-якій традиційній банківській системі.

7) Джеффри Холлендер – колишній генеральний директор та співзасновник популярного бізнесу “Hollender Sustainable Brands”, який продає продукти для особистого здоров’я. Він є активістом корпоративної соціальної відповідальності та написав сім книг, зокрема «Як зроби́ти світ кращим».

8) Ксав’є Хельгесен, Крістофер «Кріс» Фукс, Джефф Курцман, що є успішними соціальними підприємцями, співзасновниками “Better World Books”, тобто інтернет-магазину “B-Corp”, що фінансує поширення глобальної грамотності у світі.

Висновки. Ідея соціального підприємництва є модною та актуальною для сьогодення. Водночас для її поширення й розвитку потрібно формування соціального впливу як спрямованості на вирішення соціальних та екологічних проблем, застосування нових інноваційних підходів, фінансові інвестиції, пропагування вдалих соціальних проєктів серед груп, компаній, країн. Зокрема, запорукою успішного розвитку соціального підприємництва в країні може стати фінансова та ресурсна підтримка великих бізнес-корпорацій, які працюють на засадах соціальної відповідальності бізнесу.

Список літератури:

1. Соціальне підприємництво: парадокс як шлях вперед. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/2020-global-human-capital-trends-introduction.html> (дата звернення: 03.09.2020).
2. What is Social Entrepreneurship? URL: <https://www.managementstudyguide.com/social-entrepreneurship.htm> (дата звернення: 03.09.2020).
3. Social Entrepreneurship Meaning. URL: <https://www.toppr.com/guides/business-management-and-entrepreneurship/social-entrepreneurship/meaning-and-concept-social-entrepreneurship> (дата звернення: 04.09.2020).
4. Creating a Social Business Model. URL: <https://www.toppr.com/guides/business-management-and-entrepreneurship/social-entrepreneurship/creating-a-social-business-model> (дата звернення: 04.09.2020).
5. The 10 Most Successful Social Entrepreneurs. URL: <https://www.investopedia.com/articles/investing/092515/10-most-successful-social-entrepreneurs.asp> (дата звернення: 05.09.2020).
6. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 4. С. 34–39.

References:

1. Sotsial'ne pidpryemnytstvo: paradoks yak shlyakh vpered (2020) [Social entrepreneurship: a paradox as a way forward]. Available at: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/2020-global-human-capital-trends-introduction.html> (accessed 03 September 2020).
2. What is Social Entrepreneurship? (2020). Available at: <https://www.managementstudyguide.com/social-entrepreneurship.htm> (accessed 03 September 2020).
3. Social Entrepreneurship Meaning (2020). Available at: <https://www.toppr.com/guides/business-management-and-entrepreneurship/social-entrepreneurship/meaning-and-concept-social-entrepreneurship> (accessed 04 September 2020).
4. Creating a Social Business Model (2020). Available at: <https://www.toppr.com/guides/business-management-and-entrepreneurship/social-entrepreneurship/creating-a-social-business-model> (accessed 04 September 2020).
5. The 10 Most Successful Social Entrepreneurs (2020). Available at: <https://www.investopedia.com/articles/investing/092515/10-most-successful-social-entrepreneurs.asp> (accessed 05 September 2020).
6. Naumova M. (2014). Sutnist' sotsial'noho pidpryemnytstva ta yoho rol' u sotsial'no-ekonomichnomu rozvytku suspil'stva [The essence of social entrepreneurship and its role in the socio-economic development of society]. *Ukrayina: aspekty pratsi*, no. 4, pp. 34–39. (in Ukrainian)