

## СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

О. С. Бакуліна,  
кандидат економічних наук,  
Університет державної фіскальної служби України,  
oksana\_bakulina@ukr.net

*Розглянуто основні підходи до визначення поняття «соціальне підприємництво». Розкрито призначення та охарактеризовано риси соціального підприємництва як форми соціальних інновацій.*

*Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальні інновації, соціальні цінності, суспільні проблеми.*

Інтеграція України у європейський простір передбачає активізацію використання досвіду розвитку соціального підприємництва, яке спрямоване на формування нових підходів та інструментів до вирішення соціально-економічних проблем суспільства на умовах стійкості й самоокупності.

Складність дослідження поняття «соціальне підприємництво» пов'язане з відсутністю його чіткого визначення у науковій літературі. Так, на думку Дж. Робінсона, соціальне підприємництво – це процес, що включає в себе виявлення конкретної соціальної проблеми та методів її вирішення, оцінку ступеня соціального впливу бізнес-моделі, стійкості проекту, а також створення комерційної або некомерційної, що забезпечує подвійний (або потрійний) результат (економічний, соціальний та екологічний) [5, с. 33]. З. Глаушка визначає соціальне підприємництво, як усвідомлення суб'єктом свого обов'язку перед суспільством, що виражається в розумінні його потреб як особисто цінних і пріоритетних над груповими [2, с. 17]. А. Курило

та Е. Немкович під даним поняттям розуміють комерційні підприємства, які методично вирішують проблеми соціально незахищених категорій громадян, отримуючи при цьому оптимальний прибуток [4, с. 14]. За Я. Гришиним, соціальним підприємництвом є підприємницька діяльність, яка спрямована на вирішення соціальних проблем, з використанням інноваційних методів і технологій [3, с. 446].

Відтак, соціальне підприємництво можна окреслити, як підприємницьку діяльність спрямовану на досягнення економічної стабільності й добробуту населення, їх довіри до державних структур, створення дієвого ринку соціальних послуг, ефективного використання у регіонах ресурсів, подолання соціальної ізоляції тощо.

Суб'єктами соціального підприємництва виступають: місцеві, соціально відповідальні та соціально-економічні підприємства, фахівці в галузі соціальних послуг. З огляду на це, соціальні підприємці виконують роль агентів соціальних змін за рахунок: прийняття місії, спрямованої на створення і підтримку соціальної цінності; виявлення та невтомній реалізації нових можливостей, пов'язаних з цією місією; участі в процесі постійних інновацій, адаптації та навчання [5, с. 30].

Г. Дізу виділив п'ять факторів, що визначають соціальне підприємництво: 1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності; 2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії; 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання; 4) рішучість дій, що не обмежена розташовуваними ресурсами; 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності [6].

Досягнення соціального ефекту від діяльності соціальних підприємств [1] відбувається через: залучення цільових груп до виробництва товарів чи послуг та їх надання на пільгових умовах; застосування інноваційних підходів до розв'язання соціальних проблем; залучення громадян до уча-

сті в соціальних ініціативах на волонтерських засадах; ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем; зниження навантаження на місцеві бюджети тощо.

Таким чином, основою діяльності соціального підприємства є не отримання прибутку, а вироблення продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми та задоволення соціальних цінностей населення через досягнення соціального, економічного та екологічного ефектів, особливо у періоди скорочення державних видатків на соціально-економічні програми, що в кінцевому результаті сприятиме створенню конкурентного середовища економічної системи в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Арапетян А., Архипчик О., Пан Л. Соціально-відповідальний бізнес: переваги та обмеження. Практика управління. 2008. № 7. С. 12–18.
2. Галушка З. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні. Вісник Київського нац. ун-ту. ім. Т. Шевченка. К., 2013. № 148. С. 17–23.
3. Гришина Я. С. Социальное предпринимательство как правовая модель обеспечения социальных потребностей. Університетські наукові записки, 2012. №1. С. 445–456.
4. Курило А. Е., Немкович Е. Г. Зарождение социального предпринимательства в Республике Карелия. Научные ведомости Белгородского гос. ун-та, 2012. № 7 (126), Вып. 22/1. С. 14–19.
5. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше/ Джилл Кикал, Томас Лайонс ;пер. с англ. – М. : АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. 304 с.
6. Dees J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship: URL: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf)