

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Василенко С.В.

к.е.н.,

Житомирський національний агроекологічний університет
sveta_vasilenko@ukr.net

*У статті висвітлені зарубіжні та вітчизняні
підходи щодо суті поняття соціального підприємництва.*

Визначено його роль у розвитку територіальних громад. Досліджено результати діяльності соціальних підприємств, які спрямовані на розвиток соціальної інфраструктури місцевої громади.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, розвиток територіальних громад.

На сьогодні соціальне підприємництво, що розуміється як підприємницька діяльність, яка спрямована на позитивні, вагомі, суттєві, необхідні зміни у суспільстві, відноситься до числа ключових питань, що відіграють вагоме значення в розвитку громади, регіону, держави. Саме соціальне підприємництво є тією рушійною силою, дія якої спрямована на вирішення багатьох соціальних, економічних, екологічних проблем.

В контексті впровадження адміністративно-територіальної реформи нині посилюється актуальність розвитку соціального підприємництва в Україні, і зокрема питання трансформації ролі громади. Новостворені територіальні громади потребують нових інструментів розв'язання існуючих соціально-економічних проблем та механізмів їх фінансування [1, с. 58]. Соціальне підприємництво здатне задовольнити обидві ці вимоги. По-перше, внаслідок поліпшення соціальної інфраструктури, впровадження та розвитку соціальних послуг, створення нових робочих місць, залучення членів громади до суспільної діяльності, надання підтримки соціально-вразливим категоріям населення забезпечується соціальний розвиток громад. По-друге, сплачуючи податки соціальні підприємства тим самим зміцнюють фінансову основу територіальної громади. Крім цього, значну частину своїх прибутків вони спрямовують на розв'язання соціальних проблем. Як зазначає О. Кіреєва соціальні підприємства покликані задовольнити ті потреби членів

громади, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує [2].

Соціальне підприємництво, як явище, набуває вагомого значення в період економічної кризи, а саме під час загострення соціальних проблем, вирішення яких є життєво важливими для існування суспільства. Крім цього, соціальне підприємництво є сприятливим бізнес-середовищем для інновацій, благодійництва, громадських позицій, що створюють передумови для вирішення соціальної несправедливості, низького рівня розвитку соціальної інфраструктури, швидкого виходу з кризи.

Варто виділити визначення соціального підприємництва Грегорі Дізу, який вмістив в його основу п'ять факторів: 1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага); 2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії; 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання; 4) рішучість дій, не обмежена розташовуваними ресурсами; 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [5].

Як зазначають Дж. Майр та І. Марті підходи до визначення соціального підприємництва можна розділити на три категорії. Одна із груп науковців підкреслює створення соціальної цінності неприбутковими організаціями. Інша група винахідників визначає це поняття як відповідальність комерційних підприємств. А третя група дослідників розглядає соціальне підприємництво як засіб для розв'язання соціальних проблем і сприяння процесам соціальної трансформації [6, с. 37].

Приднууючись до думки О. Солосіч варто зазначити, що соціальне підприємництво неможливо розглядати ні як благодійну діяльність, ні в якості бізнесу, оскільки воно

поєднує в собі намагання «зробити світ кращим» з прямою необхідністю у фінансовій незалежності. До критеріїв визначення соціального підприємства можна віднести: застосування інноваційних підходів у розв’язанні суспільних проблем, фінансова незалежність від зовнішніх джерел фінансування та повна самоокупність, важливий соціальний ефект. На сьогодні, існує велика кількість підприємств, в основу яких покладені певні соціальні цілі та функції, утім зазначимо, що якщо першочерговою задачею підприємця є отримання фінансової вигоди, то в такому випадку їх недоцільно відносити до суб’єктів соціального підприємництва [3, с.119].

Відповідно до законопроекту «Про соціальні підприємства» народного депутата О. Фельдмана, соціальним підприємством визначається суб’єкт господарювання, утворений юридичними та/або фізичними особами, пріоритетом діяльності якого є досягнення соціальних результатів, зокрема, у сфері охорони здоров’я, освіти, науки, культури, навколишнього середовища, надання соціальних послуг та підтримки соціально вразливих груп населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб) [4].

Існує безліч прикладів із закордонної практики та вітчизняних компаній щодо створення та функціонування соціальних підприємств. Результати їхньої діяльності спрямовані на розвиток соціальної інфраструктури місцевої громади. Як приклад, Садківська територіальна громада (Житомирська область, Житомирський район), місія якої – фізична культура і спорт, здоровий спосіб життя, активний відпочинок. Жителі громади отримали новий спортивний комплекс «Юність» - майданчики зі штучним покриттям для гри у міні-футбол, баскетбол, волейбол, гандбол та великий теніс. Даний об’єкт

відповідає сучасним вимогам. У комплексі продумана інфраструктура (зручні роздягальні, туалети) і покриття, що відповідає міжнародним стандартам. Відповідно до місії діяльність комплексу стане потужним плацдармом для розвитку відразу декількох видів спорту в Житомирському районі та популяризації здорового й активного способу життя.

Викладений матеріал дозволяє зробити наступні висновки. У світовому контексті існують різні ініціативи, погляди, практики, концептуальні підходи щодо суті соціального підприємництва. Однак розвиток соціального підприємництва в Україні повинен не лише відштовхуватись від американського чи європейського досвіду, а й орієнтуватись в першу чергу на потреби українського суспільства за для вирішення соціальних, економічних, екологічних проблем.

Список використаних джерел:

1. Горішна Н.М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота». 2016. Випуск 2 (39). С. 58-61.
2. Кіреєва О.Б. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики / О.Б.Кіреєва [Електронний ресурс]. – [www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf).
3. Солосіч О. Соціальне підприємництво як складова Євроінтеграційного процесу України. Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання : матеріали Х Всеукр. студент. наук. – техн. конф., 2017 р. Київ : Національний технічний університет України «КПІ ім. І. Сікорського», 2017. С. 118-119.

4. Проект Закону про соціальні підприємства. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=10610&skl=7

5. Dees, J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf

6. Mair J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight / J. Mair, I. Marti // Journal of World Business. – 2006. – №41(1).