

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ИННОВАЦИОННЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

SOCIALENTREPRENEURSHIP: INNOVATION VECTOR OF ECONOMY

Анотація. В статті обґрунтована актуальність розвитку соціального підприємництва як ключового інструменту зміни концепції соціальної політики та ролі держави щодо сприяння соціальній інтеграції, збільшення зайнятості та зменшення бідності, активізації населення, інноваційного розвитку суспільства, поліпшення іміджу країни. Розглядаються теоретичні підходи до розуміння сутності соціального підприємництва та соціальних інновацій, визначені критерії віднесення підприємств до соціальних, запропоновано авторське визначення поняття «соціальне підприємництво».

Аннотация. В статье обоснована актуальность развития социального предпринимательства как ключевого инструмента изменения концепции социальной политики и роли государства касательно содействия социальной интеграции, увеличения занятости и сокращению бедности, активизации населения, инновационного развития общества, улучшения имиджа страны. Рассматриваются теоретические подходы к пониманию сущности социального предпринимательства и социальных инноваций, определены критерии отнесения предприятий к социальным, предложено авторское определение понятия «социальное предпринимательство».

Abstract. The article substantiates the relevance of the development of social entrepreneurship as a key tool for changing the concept of social policy and the role of the state in promoting social integration, increasing employment and reducing poverty, activating the population, innovative society development, and improving the image of the country. The theoretical approaches to the understanding of the essence of social entrepreneurship and social innovations are considered, the criteria for assigning enterprises to social ones are defined, the author's definition of the concept of "social entrepreneurship" is proposed.

Ключовим трендом в сучасному економічному мисленні стало розуміння людських ресурсів як основного фактора виробництва, а інвестування в людський капітал – найефективніші інвестиції. Стратегічною перспективою стійкого і динамічного соціально-економічного прогресу країн світу стає соціально орієнтований розвиток, одним з головних генераторів якого можуть і повинні стати соціальні інновації [2]. До таких інноваційних технологій відносяться неординарні способи вирішення соціальних проблем, які не мали аналогів в минулому. Саме, соціальне підприємництво є тією соціальною інновацією, яка слугує механізмом соціальних перетворень і сталого розвитку в контексті як дохідної, так і некомерційної підприємницької діяльності [2;5;6].

За ринкових умов господарювання термін «соціальні інновації» широко обговорюється і розглядається як важливий елемент у зусиллях, спрямованих на вирішення «великих викликів» (grand challenges), з якими стикається сучасне суспільство: погіршення умов навколишнього середовища, зміна клімату, зниження народжуваності, високий рівень імміграції, збільшення кількості людей похилого віку, зростання вартості охорони здоров'я, бідність та соціальна відчуженість, безпека громадян, захист критично важливих інфраструктур від терористичних нападів тощо. З огляду на складність цих проблем, немає простих та політично безперечних рішень.

На сьогодні, існує чимала кількість визначень терміну «соціальні інновації». Узагальнені визначення згрупуємо та представимо відповідно в двох підходах [4;5;6]:

1. Американський підхід. Прихильники даного підходу стверджують, що соціальні інновації, як правило, пов'язані з ініціативами у державному секторі, а іноді розглядаються у формі державно-приватного партнерства.

2. Європейський підхід. Прихильники даного підходу стверджують, що соціальні інновації розглядаються як приватні ініціативи, спрямовані на вирішення конкретних проблем та задоволення специфічних потреб, переважно у сфері соціальної допомоги та безпеки.

Соціальне підприємництво виникає там, де потрібно і пропонується щось якісно нове, де, так чи інакше, присутні соціальні інновації. Але, щоб нова ідея набула стійкості та була здатна до поширення, творчого потенціалу і нової ідеї недостатньо. Ідея має «працювати», що передбачає господарську діяльність, забезпечуючи стійку реалізацію своєї соціальної мети. В даному контексті мова йде про соціальне підприємництво.

Вивчення підприємництва в аспекті прискорення соціального прогресу почалося відносно недавно. Тому спільної думки, яким чином соціальне підприємництво може впливати на зміну економічних умов і наскільки широко нові соціальні можливості можуть бути застосовані в різних соціально-культурних умовах, поки не сформувався. При цьому в Європі та Америці склалися певні підходи до феномену соціального підприємництва, які досить міцно інтегровані на інституціональному, політичному, практичному рівні в життя суспільства. В Україні, соціальне підприємництво знаходиться на стадії свого зародження, і більшість вітчизняних соціальних підприємців не усвідомлюють себе такими. На думку ж експертів, мало хто з них вписується в сформовані в світовій практиці уявлення про соціальне підприємництво.

Власне, термін «соціальне підприємництво» почав використовуватися в літературі в 60-70-ті рр. минулого століття. Широке ж поширення він отримав в 1980–1990-х роках. На сьогодні, існує чимала кількість визначень терміну «соціально підприємництво». Більшість з них можна об'єднати в три основні групи:

1. Група визначень, в яких соціальне підприємництво розглядається як створення комерційних підприємств з соціальною метою. Недолік цієї групи визначень полягає в тому, що фактично йому відповідає будь-яка діяльність, доходи від якої будуть спрямовані на соціальні цілі. В цьому сенсі і корпоративна соціальна відповідальність, і приватні пожертвування багатих людей, і отримання доходів некомерційної організації можуть бути трактовані як соціальне підприємництво.

2. Друга група визначень підкреслює значення інноваційної діяльності соціальних підприємців, спрямованої на досягнення значущого соціального ефекту. В рамках цього підходу дуже часто інноваційність у вирішенні суспільних проблем є наріжним каменем стосовно фінансової життєздатності підприємства. Так, соціальне підприємство може взагалі не приносити ніякого доходу, цінність його діяльності буде полягати в тому, що воно мобілізує ресурси для вирішення важливих проблем.

3. Третя група визначень вбачає особливість соціального підприємництва в тому, що це спосіб каталізувати суспільні трансформації, які призведуть до набагато більш широких довгострокових змін, ніж початковий фокус вирішуваної проблеми. Так, соціальні підприємці впливають не тільки на вирішення однієї проблеми, а й на весь суспільний контекст, пов'язаний з нею, таким чином провокуючи масштабні та стійкі трансформації, без яких вихідна проблема була б надовго «законсервована».

Деякі підходи визначають соціальне підприємництво через основні якості підприємців, деякі - через пошук відмінностей відносно до традиційного бізнесу або традиційної благодійності, деякі - як мистецтво поєднання комерційної стійкості і «соціального доходу від інвестицій» (socialreturnoninvestments).

Всі ці підходи до визначення соціального підприємництва можуть бути використані в наукових цілях та є базисом при формуванні загальної теорії соціального підприємництва.

Аналіз підходів до визначення терміну «соціальне підприємництво» дозволив сформулювати авторське визначення соціального підприємництва: це діяльність, спрямована на створення інноваційних, стійких і самоокупних рішень для найбільш гострих суспільних проблем.

Два принципово важливих критерії для соціального підприємництва - це стійкість і інноваційність рішень, в той час як самоокупність може бути розглянута як додаткова ознака. У той час як для традиційного підприємця своєрідним «тестом» є комерційна успішність його ідей, для соціального підприємця таким тестом стає успішність ініційованих ним соціальних інновацій, ті соціальні зміни, які були викликані його діяльністю.

Отже, соціальне підприємництво - це механізм, який може і повинен стати соціальним виміром модернізації України. Тиражованість досвіду, яка покладена в основу концепції соціального підприємництва, дозволяє швидко і ефективно збільшувати кількість підприємств, переносити інноваційні підходи та ідеї. Це супроводжується підвищенням компетенції соціальних підприємців, їх професійним зростанням. За великим рахунком, соціальні підприємці є новаторами. Вони здатні об'єднати навколосвітню спільноту, знайти необхідні ресурси для вирішення соціальних проблем, об'єднати власні знання з найсучаснішими технологіями. Соціальні підприємці створюють «місця зростання», навколо яких формуються не тільки нові підприємства, але й особливі суспільні відносини.

Розвиток інституту соціального підприємництва необхідний, оскільки він може стати, з одного боку, інструментом зміни концепції та виду соціальної політики та ролі держави, сприяти соціальній інтеграції, збільшенню зайнятості та зменшенню бідності, активізації населення, інноваційного розвитку суспільства, вирішенню демографічних проблем, поліпшенню іміджу країни, а з іншого - механізм впливу на підвищення відповідальності не тільки влади та підприємницького сектора перед населенням, а й безпосередньо людини перед самою собою. В підсумку, соціальне підприємництво може визначатися як необхідний імператив досягнення балансу інтересів та відповідальності держави, підприємництва та населення, а також як вектор інноваційного розвитку бізнес-спільноти.

Література

1. Ігнатович Н., Гура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва/Ігнатович Н., Гура В.//Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2014. – 12(165): 22–25.
2. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки/Сотула Е. О.//Ефективна економіка. – 2013. – №4.
3. Социальное предпринимательство в Украине: Европейское исследование. Обменопытом [Електроннийресурс] / Режимдоступу: <http://sesp.org.ua>
4. Duvnäs, H., Stenholm, P., Brännback, M. What are the outcomes of innovativeness within social entrepreneurship? The relationship between innovative orientation and social enterprise economic performance // Journal of Strategic Innovation and Sustainability. 2012. Vol. 8 (1). P. 68–80.
5. Elizabeth Chella E., Nicolopoulou R., Karatas M. Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives // Entrepreneurship & Regional Development. 2010. Vol. 22 (6). P. 485–493.
6. Perrinia F., Vurroa C., Costanzob L. A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano // Entrepreneurship & Regional Development. 2010. Vol. 22. (6). P. 515–534.