

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.**

### **СУЧАСНИЙ СТАН СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЄС**

#### **Лекція 1**

#### **ТЕМА: СОЦІАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДИНАМІЧНИЙ ЕЛЕМЕНТ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ**

---

**Викладач:** д.т.н., професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики **Волков Володимир Петрович**

**Мета:** дослідити соціальні підприємства як елемент європейської економічної системи.

#### **Зміст:**

1. Еволюція розвитку та сутність соціального підприємства.
2. Напрями дослідження категорії «соціальне підприємство».
3. Чинники розвитку та моделі соціального бізнесу.

#### **1. Еволюція розвитку та сутність соціального підприємства**

Для поглибленого вивчення сутності соціального підприємництва, необхідно проаналізувати процес історичного становлення, етимологічної трансформації поняття та доцільності використання для опису господарюючих суб'єктів.

Соціальне підприємство виникло як спосіб вирішення соціальних проблем, таких як: безробіття, бідність, відсутність суспільної взаємодії тощо. Діяльність соціальних підприємств спрямована на задоволення потреб членів громади, які не може забезпечити державний сектор, а приватний – не має стимулів. Саме це і актуалізує значущість діяльності соціальних підприємств. Саме суспільство отримує основну користь від розвитку соціального підприємництва. Соціальне підприємство допомагає надавати державні послуги інноваційним способом та задовольняти потреби соціуму; створювати робочі місця; збагачувати професійний досвід людей, які працюють на соціальних підприємствах, задля подальшого працевлаштування за сучасних ринкових умов; розвивати громади, залучаючи до громадського життя соціально вразливі групи населення, забезпечуючи їхніх членів роботою; розширювати активність громадян, які можуть самостійно вирішувати свої проблеми та брати відповідальність за своє життя; посилювати увагу до соціально незабезпечених груп населення, не стільки надаючи їм благодійну допомогу, скільки забезпечуючи їх корисною соціально значущою працею; відроджувати сільські та міські території та поліпшувати соціальну інфраструктуру тощо.

Соціальне підприємництво існує ще з початку XIX ст. Попередніми аналогами суб'єктів соціальної спрямованості, на думку Дж. Макклурга, були монастирі, недільні церковні школи, створені за рахунок коштів громади чи меценатів, лікарні, будинки для людей похилого віку, які несуть соціальну місію.

Зауважимо, що термін «соціальне підприємництво» є сучасним, але використовується протягом тривалого часу. Терміни «соціальне підприємництво» і «соціальний підприємець» уперше згадуються у 1960-х в англійській літературі, присвяченій питанням соціальних змін. Загального вжитку набули в 1980-х, зокрема завдяки зусиллям Білла Дрейтона, засновника компанії «Ашока» (міжнародний некомерційний фонд, який здійснює професійну підтримку соціальних підприємств по всьому світу. Найбільша в світі мережа соціальних підприємств, яка об'єднує 3 тисячі стипендіатів із 70 країн). Як приклад перших соціальних підприємців, можна назвати Флоренс Найтінгейл – засновницю першого училища для медсестер у Великій Британії; Роберта Оуена – засновника кооперативного руху (економічно-соціальна, громадська діяльність членів кооперативів з метою захисту економічних та соціальних інтересів своїх членів); Вінобу Бхаве – засновника індійського руху «Земля в дар». Успіх соціальних підприємств обумовлений інноваційним підходом до вирішення соціальних проблем у XIX ст. та XX ст.

Підкреслимо, що існує значна кількість теоретичних підходів до визначення сутності соціального підприємства. Найпоширеніше визначення соціального підприємництва належить Г. Дізу, який виокремив п'ять факторів, що уособлюють собою соціальне підприємництво:

- а) здатність брати на себе відповідальність;
- б) створення і підтримка соціальної цінності (блага);
- в) моніторинг й використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
- г) систематичне впровадження інновацій, адаптації та навчання;
- д) рішучість дій, не обмежена географічним розташуванням ресурсів;
- е) значний рівень відповідальності підприємця за результати своєї діяльності.

На основі вищезазначеного, можна виокремити вектори діяльності соціального підприємництва.

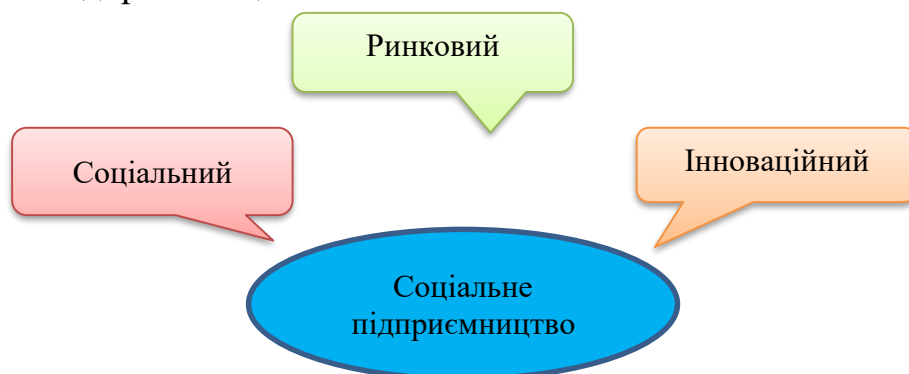


Рис. 1.1 – Основні вектори діяльності соціального підприємництва\*

Основними напрямками діяльності соціального підприємства (рис. 1.1) є вирішення соціальної проблеми (соціальний вектор), отримання вигоди (ринковий вектор), використання інноваційних способів до вирішення проблем (інноваційний вектор).

Починаючи з кінця ХХ ст. виникає термін «соціальне підприємство», який стає предметом досліджень низки науковців на світовому рівні. Відносно нове поняття поєднує в собі ознаки традиційного підприємства з соціальною місією. З 2000 рр. соціальне підприємство активно розвивається у провідних країнах світу.

Розглянувши еволюцію розвитку поняття «соціального підприємства» постає необхідність визначити принципи функціонування та види зазначеної форми бізнесу.

Соціальне підприємство – це вид бізнесу, де показник результатів та показники успіху вимірюються не лише як прибуток. Адаже соціальні підприємства зазвичай вимірюють успіх на основі тривірності:

а) люди. Вплив бізнесу на людину та здатність впливати на соціальні зміни, покращувати життя та розвивати спільноту на стійкій основі;

б) планета. Вплив на навколишнє середовище – яким є внесок у розвиток планети або у зменшення вуглецевого сліду (викиди CO<sub>2</sub>) бізнесу та клієнтів;

в) прибуток. Як і традиційний бізнес, соціальні підприємства повинні створювати додану вартість, щоб успішно функціонувати та розвиватися,

Існує ще й така позиція щодо інтерпретації соціального бізнесу: соціальне підприємство – це спрямування комерції на добру справу. Соціальне підприємство має багато форм:

а) некомерційна. Звільнений від оподаткування суб'єкт господарювання, який інвестує надлишкові кошти в місію;

б) кооперативна. Бізнес, організований для його членів. Кредитні спілки та громадські продовольчі торгові мережі – деякі приклади кооперативів. Прикладом можуть бути великі корпорації;

в) бізнес соціального призначення. Цей бізнес починається з основи вирішення соціальної проблеми чи питання;

г) соціальна фірма. Соціальні фірми наймають працівників громади, яким потрібна робота;

д) соціально відповідальний бізнес. Ці компанії підтримують соціальні місії щодо вирішення проблем навколишнього середовища чи нагальних питань географічно близьких до компанії об'єктів, як частину їх повсякденних ділових операцій;

е) для отримання прибутку. Соціальні підприємства забезпечують найбільший прибуток, але спрямовують кошти на допомогу, підвищують рівень обізнаності чи іншим чином підтримують соціальні цілі.

Сутність соціального підприємства можна визначити на основі здійснення порівняльного аналізу соціальних бізнес-ініціатив із традиційними формами господарювання (табл. 1.1).

Аналізуючи схожість та відмінність за певними критеріями, зауважимо, що головною метою соціального підприємства є вирішення соціальної проблеми,

благодійництва – підтримка незахищених верств населення, а традиційного бізнесу – отримання матеріальної вигоди. Різними є також джерела фінансування та механізми розподілу та використання прибутку.

Таблиця 1.1 – Основні відмінності між соціальним підприємництвом, благодійництвом і традиційним бізнесом

Критерії	Соціальне підприємство	Благодійна організація	Традиційний бізнес
Мета діяльності	вирішення соціальних проблем	забезпечення підтримки та допомоги незахищених верств населення	отримання прибутку
Джерела фінансування	кошти учасників СП, прибуток від власної діяльності, гранти, мікрофінансування	гранти від міжнародних фондів і організацій, пожертвування	не залежить від зовнішніх джерел фінансування
Розподіл і використання прибутку	прибуток реінвестується або фінансується в певні соціальні проекти	не отримує прибуток	прибуток розподіляється між акціонерами

Дослідження сутності поняття «соціальне підприємництво» на основі аналізу історичного розвитку та порівня з іншими формами бізнесу, дозволяє підсумувати, що це явище динамічно розвивається відповідно до вимог сучасності та поширюється на всі сфери життєдіяльності суспільства.

## 2 Напрями дослідження категорії «соціальне підприємництво»

У науковій літературі соціальне підприємництво досліджується в певних напрямках: поняття «соціальне підприємництво», роль соціального підприємця, гендерний аспект у діяльності соціального підприємства та міжнародний досвід соціального підприємництва (рис. 1.2).

Питання єдиного підходу до теоретичного визначення поняття «соціальне підприємництво» є невирішеним, хоча існують окремі наукові точки зору щодо трактування зазначеної економічної категорії. Зауважимо, що перш за все необхідним є законодавче визначення соціального підприємництва з метою регулювання діяльності подібних суб'єктів господарювання, а також виокремлення умов економічного та соціального середовища функціонування. У більшості країн це питання залишається відкритим, але діяльність соціальних підприємств регулюється в межах існуючої нормативно-правової бази на основі реєстрації як подібна організаційно-правова форма підприємства.

Більшість науковців, визначають поняття «соціальне підприємництво» як критерій домінування некомерційних цілей над комерційними, котрі є способом вирішення соціальних питань. На нашу думку, в межах соціального підприємництва домінування повинно поєднуватися з компліментарністю некомерційних та комерційних цілей, та розглядатися як цілісна система.

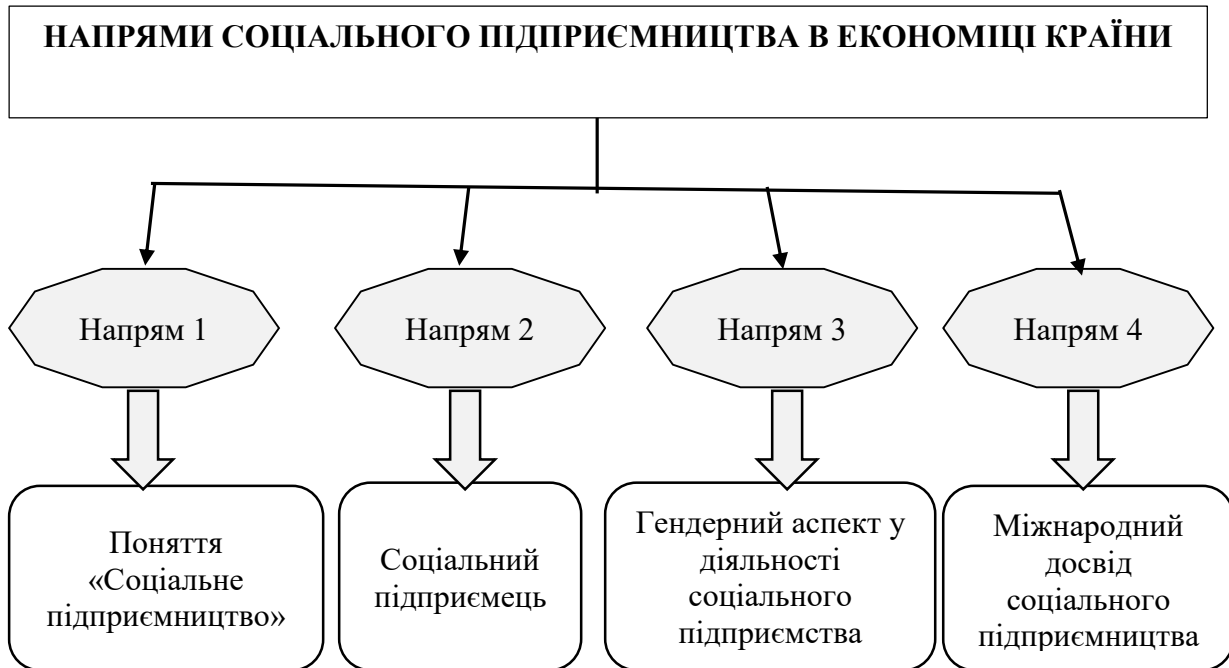


Рис. 1.2 – Напрями дослідження соціального підприємництва в науковій літературі

Деякі вчені розглядали соціальні підприємства як гібридну форму організації бізнесу, яка є способом подолання кризи 2008 р., від зростання рівня безробіття та зниження рівня життя людей. Учені визначають соціальні підприємства як організації, що поєднують підприємництво з вбудованою соціальною метою, із зазначенням гібридності цілей – прагнення до фінансової стійкості та соціальної місії. Протилежної точки зору щодо гібридності дотримуються. Науковці відходять від традиційної концепції «гібридність як симбіоз місії та ринку (мета проти ресурсу)», а розглядають соціальне підприємництво як поєднання економічної системи (перерозподіл, взаємодія та ринок) та соціально-ціннісних орієнтацій (особистої, взаємної або суспільної вигоди).

Значну увагу в дослідженнях приділено визначенню впливу гібридності на особливості системи управління, залучення людських та фінансових ресурсів. Учені розглядають проблеми управління, що стоять перед організаціями, які переслідують соціальну місію за допомогою використання ринкових механізмів. Вони виділяють два ідеальні типи таких гібридів – диференційовані та інтегровані, і дві ключові проблеми управління, з якими вони мають справу: підзвітність за соціальними та економічними цілями та підзвітність перед основними зацікавленими сторонами. У роботі теоретично доведено важливість

організаційного управління та роль управлінських рад у визначенні пріоритетності та узгодженні потенційно суперечливих цілей та інтересів, щоб уникнути зміни місії та підтримки організаційної гібридності соціальних підприємств.

Вплив різних стилів управління на організаційну прихильність та інноваційну поведінку працівників соціальних підприємств розглядали. Науковці довели, що лідерство позитивно впливає на інноваційну поведінку працівників, на відміну від примусових методів управління.

Зв'язок між системою управління, інноваційністю та ефективністю діяльності соціальних підприємств проаналізовано в праці. Науковці показали, що соціальні підприємства є унікальними та інноваційними за своїми характеристиками, що сприяє зростанню їх економічної та соціальної цінності для вирішення проблем суспільства. Проте певні наукові результати показують, що соціальна спрямованість підприємства послаблює його економічні показники, які потенційно могли б бути вищими за умови обрання іншої бізнес-моделі. Причинами повільного розповсюдження такої форми інноваційного бізнесу як «соціальне підприємництво» є неефективність процесу управління знаннями, а не дефіцит ресурсів, що було доведено вченими на основі поєднання теорії управління знаннями та наукових досягнень у галузі дослідження соціального підприємництва.

Порівняльний аналіз соціального підприємництва з традиційними бізнес-моделями представлено в праці. Науковці проаналізували ставлення працівників комерційних та соціальних підприємств до прибутку та соціальної місії. Дослідження є значним внеском у визначення психологічних механізмів, які є основою сприйняття та ставлення людей до соціальних підприємств.

Визначення категорії «соціальне підприємництво» концентрується на двох ключових характеристиках – інноваційності та можливості вирішувати соціальні питання, що є особливо актуальним для слаборозвинених країн та країн, що розвиваються, як інструмент прискорення соціально-економічного розвитку.

Деякі науковці розглядають соціальне підприємництво як можливість змінити світ, що є актуальним за умови загострення глобальних проблем, необхідності консолідації зусиль усіх країн світу та переосмислення пріоритетів майбутнього розвитку.

Концептуальними перспективами для формування нової системи соціального підприємництва визначено п'ять ключових аспектів соціального підприємництва: соціальне забезпечення, соціальний капітал, соціальний підприємець, створення економічної цінності та колективна взаємодія.

Вчені вивчають проблеми формування стратегії соціального підприємства. Оскільки така бізнес-модель має як соціальні, так і комерційні цілі, то соціальні підприємства стикаються з високим рівнем складності в розробці стратегії діяльності. Вони мають не лише отримувати достатній дохід, щоб реінвестувати у свою господарську діяльність, але й також мають підтримувати інвестиції в соціальні проекти своєї громади. В умовах дефіциту ресурсів це створює серйозні перешкоди, які можуть загрожувати довгостроковій стабільності підприємства.

Отже, питання теоретичного визначення поняття «соціальне підприємство» є дискусійним і перспективним з точки зору майбутніх досліджень.

Аналіз особливостей діяльності соціальних підприємств вченими показує, що одним із пріоритетних чинників ефективної діяльності такої інноваційної форми господарювання є державна підтримка, що перш за все передбачає нормативно-правове регулювання та створення сприятливих умов соціального та економічного середовища.

Важливість підтримки держави чітко підкреслює необхідність формулювання критеріїв виокремлення соціального бізнесу. При цьому зазначається, що державна політика має сприяти впровадженню соціальних інновацій на регіональному та національному рівнях функціонування економіки.

У своїх працях науковці виділяють характерні ознаки впливу та ролі державних інституцій на функціонування й розвиток соціальних підприємств.

Грунтовний аналіз соціального підприємництва, особливості формування портфелю соціальних цінностей здійснювали. Учені досліджують тенденції розвитку соціального підприємництва на сучасному етапі розвитку економіки, визначають особливості організації такої форми господарювання на основі побудови інноваційних стратегій вирішення складних соціальних проблем.

Важливими питаннями діяльності соціальних підприємств є вимірювання соціальної цінності та економічної ефективності. Науковці запропонували набір методів, за якими можуть бути використані для ефективного та всебічного вимірювання внеску соціальних підприємств з боку соціальних підприємців або державних органів. Дослідники обґрунтували важливість оцінки соціального впливу для визначення повноти виконання стратегічної місії. Учені запропонували моделі, котрі допомагають соціальним підприємцям вибрати бізнес-модель, яка найкраще відповідає потребам їх організації.

Науковець розглядає соціальне підприємство як альтернативу вирішення соціальних питань за рахунок ефективності бізнес-моделей та ринкового за неможливості держави забезпечити повне задоволення всіх людських потреб. Це досягається, на думку за рахунок поєднання організаційних форм бізнесу та благодійності, що позиціонує соціальні підприємства як ідеальний тип гібридної організації.

Позитивний вплив соціального підприємництва на зайнятість населення встановили. Економічна роль формування нової фірми – соціального підприємства – полягає в створенні нових робочих місць та зростанні зайнятості населення. Крім того, соціальне підприємство призводить до значних позитивних змін у соціальному, економічному та політичному контексті для малозабезпечених верств населення. Науковці сформулювали пропозиції щодо фундаментальних нововведень, лідерства, функціонування та розширення масштабів соціального підприємства, яке має стійкий вплив на розвиток економіки.

Вивченню психологічного впливу соціального підприємництва присвячені дослідження. Вчений обґрунтував, що зайнятість соціальним підприємництвом може сформувати впевненість у собі, дозволяє не лише уникати певних

ідеологічних обмежень, але й будувати новий сенс життя, нові соціальні ролі та зв'язки, які забезпечують платформу для формування нового майбутнього. Зазначене є важливим, оскільки соціальне підприємництво як форма організації дає автономію з одночасною орієнтацією на прибутковість, досягнення високого ступеня емансипації як для підприємців, так і для тих, кого вони обслуговують.

Так, на думку авторів на сучасному етапі соціальне підприємництво є найважливішим напрямом у сфері послуг та державному секторі, оскільки суттєво впливає на вирішення проблем бідності й забезпечення соціальних потреб.

На думку фахівців, необхідним є створення спеціальних центрів, які надають підтримку соціальним підприємствам шляхом організації семінарів, тренінгів тощо.

Безумовно в діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, незалежно від домінування комерційних або некомерційних цілей, особлива роль належить людині – соціальному підприємцю.

Більшість науковців схиляються до думки, що місія соціальних підприємців потребує створення особливого середовища та існування прямого зв'язку між розвитком індивідуального капіталу соціального підприємця та державними інституціями.

Важливим напрямом досліджень є особистісні характеристики соціального підприємця та його роль у організації й успішній діяльності такої інноваційної бізнес-моделі. Науковці особливу увагу приділяють підприємницькій майстерності й психологічному капіталу. Соціальні підприємці мають більш ранню ідеологічну та лідерську підготовку. На основі регресійного аналізу виявили, що відносно міцний і стійкий набір внутрішніх психологічних мотивів спонукає до пошуку конкретного досвіду, пов'язаного з керівними впливами та орієнтаціями соціальних змін, включаючи соціальне підприємництво та відповідний практичний досвід у підлітковому та юному віці.

Для визначення та систематизації індивідуальних характеристик соціального підприємця. Вчені виділили три часові періоди: минуле (походження, родина), теперішнє (реальне життя соціального підприємця) та майбутнє (бачення перспектив). Зазначене дозволило виокремити такі важливі індивідуальні риси як лідерство, орієнтація на стійкість, здатність до партнерської взаємодії.

Науковці довели, що вплив рівня розвитку країни на фактори визначає поведінку соціальних підприємців. Результати показують, що чинники, котрі визначають цінності та навички для започаткування бізнесу є притаманними середовищу, відрізняють соціального підприємця від традиційного. Розвиток країни має вирішальну мотиваційну роль, трансформує вплив цінностей та навичок на соціального підприємця, залежність від статі та актуалізує сприйняття свого середовища.

У праці вчених зазначається, що соціальні підприємці – це агенти змін, котрі кидають виклик гіпотетичному припущенню щодо несумісності соціального блага і підприємництва. Підтвердженням такої думки є дослідження, який встановив зв'язок між безпосереднім впливом інтелектуальних здібностей



соціальних підприємців та ефективністю управління бізнесом, що поєднує соціальні та економічні цілі.

При цьому вчені підкреслюють, що в сучасній економіці соціальний підприємець є, як правило, «вбудованим агентом», тоді як це повинні бути глибоко вмотивовані люди, готові взяти на себе таку роль.

З точки зору гендерного аспекту науковці доводять, що соціальне підприємництво є перш за все засобом самореалізації для жінок, котрі виступають агентами змін у сучасній економіці. Вважається стереотипом, що жінки, як правило, зайняті домашніми справами. Дослідження, проведене вченими доводить, що саме соціальне підприємництво створює можливості для жінок зробити кар'єру підприємця. Важливим є також забезпечення відповідного середовища для розвитку соціального підприємництва та активізації участі жінок у соціальному бізнесі: фінансовий капітал - надання фінансової допомоги через фонди міжнародних інституцій, грантові програми; людський капітал – формальне та неформальне навчання; соціальний капітал – створення мережі для жінок-соціальних підприємців. Із зазначеною точкою зору можна погодитися, адже жінки-соціальні підприємці є більш мотивованими до вирішення соціальних питань, враховуючи індивідуальні особливості психо-фізичного стану. Чоловіки-підприємці орієнтовані на отримання результату у вигляді прибутку.

Одним із способів активізації соціального підприємництва серед жінок є створення об'єднань, котрі пропонують можливості самозайнятості, можуть сприяти соціальній активності та розширенню ділових можливостей жінок. Вчені дослідили два основних напрями розвитку для жінок соціальних підприємців: елементи бізнес-моделей, що сприяють розширенню можливостей жінок та індивідуальному сприйняттю. При цьому особлива роль надається сімейному соціальному підприємництву. Перевагою колективного сімейного управління соціальним підприємством є більш високий рівень економічної безпеки, формування підприємницьких здібностей та зростання внеску в спільну справу. Слід зауважити, що така бізнес-модель є досить нестійкою, і у разі виникнення конфліктної ситуації може призвести до занепаду підприємства, що внаслідок його соціальної спрямованості негативно позначиться на тих, у кого є потреба в діяльності такого підприємства.

Науковці також досліджували вплив соціального бізнесу на поширення підприємництва серед жінок у мусульманських країнах.

У міжнародному масштабі розподіл соціальних підприємств є нерівномірним і помітні відмінності, що відображають національні особливості добробуту, ринку праці та ідеології. Соціальні підприємства покликані шукати бізнес-рішення соціальних проблем, що сприяє виникненню інновацій. У науковій праці визначено як соціальне підприємство може запропонувати інноваційні рішення для вирішення проблем соціальної інтеграції, соціальної поведінки та соціально-економічного розвитку.

У фаховій літературі досить поширеним є дослідження соціального підприємництва в країнах ЄС. Науковці досліджують специфіку соціального підприємництва в різних бізнес-середовищах, окремі характеристики соціальних

підприємств, а саме соціальна цінність, інновації та ринкова діяльність. Обґрунтовано, що соціальні підприємства повинні діяти в конкретному бізнес-контексті, що істотно перешкоджає або сприяє соціальному підприємництву. Оскільки культура відрізняється між північно-західною та південно-східною Європою, вчені підкреслюють важливість вивчення відмінностей соціального підприємництва між цими двома групами країн. Результати свідчать про те, що соціальне підприємництво більш розвинене в країнах північно-західної Європи, ніж у південно-східних. Соціальні підприємства демонструють стійкість, котру можна вбудувати в бізнес, що передбачає вибір юридичної форми та бізнес-моделі, спрямовану на виконання соціальних та суспільних цілей. Розроблені правові норми діяльності соціальних підприємств у державах-членах Європейського Союзу (ЄС) вимагають, щоб соціальне підприємство передбачало «суспільну мету», «суспільне призначення», «суспільну користь».

Необхідність поширення та інтернаціоналізації соціальних підприємств розглядали. Результати досліджень довели, що соціальні гібридні фірми швидше інтернаціоналізуються, за умов організації використання економічних зв'язків. Однак зв'язки соціальних мереж та державна підтримка зменшують можливості інтернаціоналізації соціальних гібридних фірм.

Необхідність розповсюдження соціального підприємництва обґрунтовано вченими, котрі довели прямий зв'язок між кількістю соціальних підприємств та обсягом вирішених проблем суспільства.

Критичний аналіз наукових праць, присвячених теоретичному обґрунтуванню поняття «соціальне підприємництво», різним аспектам його розвитку, виділенню ключових чинників, а також впливу особистого людського фактору на ефективність бізнес-моделі та виконання їх місії підтверджує необхідність впровадження такої інноваційної форми господарювання в більшості країн світу, незалежно від рівня економічного розвитку. Кожна із національних економік зазнає впливу глобальних проблем, вирішення яких не забезпечується традиційними формами господарювання. Це потребує ґрунтовної теоретичної та практичної підготовки нового покоління фахівців, здатних самостійно приймати рішення та відповідати за наслідки, а не просто відповідально виконувати визначені обов'язки. Постає глобальне питання виховання ефективних менеджерів-управлінців на європейських цінностях із розвинутою соціальною свідомістю та здатністю побудови ефективної бізнес-моделі світового розвитку.

### **3 Чинники розвитку та моделі соціального бізнесу**

На сучасному етапі розвиток можна класифікувати за низкою чинників та факторів впливу. В залежності від періоду економічного зростання країни, чинники можуть змінюватися, деякі з них можуть бути сталими та незмінними. Для того щоб охарактеризувати сучасний стан соціального підприємництва регіону, необхідно розглянути основні чинники сталого розвитку країни (табл.1.2).

Таблиця 1.2 – Чинники, що впливають на сталий розвиток

Система чинників	Стримують розвиток	Сприяють нарощенню потенціалу
Технічні та економічні	Відсутність фінансування, застарілість матеріально-технічної бази, нестабільний економічний стан, відсутність попиту на продукцію, значна кількість робочих кадрів на незначну кількість робочих місць.	Наявність наукового потенціалу, технічної бази, фінансових ресурсів, державна підтримка інноваційної діяльності, ПІІ, спільні проекти з іноземними партнерами, співпраця держави та приватного сектору.
Організаційні та управлінські	Сталі організаційні структури, надмірна централізація, відсутність інноваційної стратегії, усталені ринки, недостатність міжнародного науково-технічного співробітництва.	Гнучкість організаційних структур, демократичність, децентралізація, міжнародна науково-технічна кооперація.
Соціально-психологічні та культурні	Зміна стереотипів, низький професійний статус інноватора, вплив наукових кадрів, складна система ведення бізнесу для іноземців, культурний вплив звичок та традицій, локалізація співпраці в певному регіоні.	Сприйняття змін, можливість самореалізації, здатність до швидкої зміни орієнтирів, оперативне перепрофілювання у науці, дотримання уніфікованих правил ведення бізнесу.
Інформаційно-комунікативні	Закрита інформація про інновації, недостатній обмін інформацією, замкнутість і обмеженість міжгалузевих зв'язків, не гнучка система співпраці з іноземними партнерами.	Оперативне отримання інформації, придбання ліцензій, патентів, ноу-хау, налагоджена система реагування на скарги, пропозиції, модернізованість технічної бази в навчальних, державних закладах.
Правові	Недосконалість законодавчої бази з питань інноваційної діяльності, охорони інтелектуальної власності.	Законодавчі заходи (особливі пільги, закони, податки), що заохочують інноваційну та інвестиційну діяльність та розвиток бізнес-середовища.

У межах зазначених чинників можна виділити: соціально-психологічні та культурні, інформаційно-комунікативні та правові. Адже, саме від них залежить наскільки велика різниця між країнами, навіть в рамках одного регіону. Усі позиції, що сприяють нарощенню потенціалу належать до соціальних, починаючи з прав та свобод, завершуючи традиціями та культурними надбаннями.

Соціальне підприємництво розглядають як господарську діяльність з виробництва соціально значущого продукту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які перетворюють на користь суспільства саму послугу та/або механізми її економічної реалізації. Запорукою надходження коштів для соціального підприємництва так само, як і в будь-якої діяльності, є бізнес-моделювання. Виділяють сім моделей соціальних підприємств:

а) модель підтримки підприємців (entrepreneur support model – рис. 1.3). Такі компанії надають фінансові послуги своїй цільовій аудиторії – клієнтам для відкриття власного бізнесу. Потім клієнти соціального підприємництва продають свої продукти чи послуги на відкритий ринок. Модель підтримки підприємців соціального підприємства продає підтримку бізнесу та фінансові послуги своєму цільовому населенню або «клієнтам», самозайнятим особам або фірмам. Потім клієнти соціальних підприємств продають свої продукти та послуги на відкритому ринку. Модель підтримки підприємця зазвичай є вбудованою: соціальна програма – це бізнес, його місія зосереджена на сприянні фінансовій безпеці клієнтів шляхом підтримки їх підприємницької діяльності. Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності за рахунок продажу своїх послуг клієнтам і використовує цей дохід для покриття витрат, пов'язаних з наданням послуг підтримки підприємців, а також операційних витрат бізнесу. Організації економічного розвитку, включаючи мікрофінансові установи, програми малого та середнього підприємництва (МСБ) та служби розвитку бізнесу (BDS), використовують модель підтримки підприємців. Поширеними типами бізнесу, які застосовують цю модель, є: фінансові установи, консультування з питань управління, професійні послуги (бухгалтерська, юридична та ринкова інформація), технології та продукти, які підтримують підприємців.



Рис. 1.3 – Схема моделі підтримки підприємців

б) модель посередника ринку (market intermediary model – рис. 1.4) передбачає, що компанія постачає свої послуги цільовій групі – клієнтам – дрібним виробникам (підприємцям, фірмам чи кооперативам) з метою забезпечити їм доступ до ринків. Соціальне підприємство своїми послугами, які зазвичай передбачають удосконалення продукту, допомогу у виробництві чи збуті, кредитування, збільшує вартість продуктів клієнтів.

Модель ринкового посередника соціального підприємства надає послуги своїй цільовій групі або «клієнтам», дрібним виробникам (фізичним особам, фірмам або кооперативам), щоб допомогти їм отримати доступ до ринків. Послуги соціальних підприємств додають цінність продуктам, виготовленим клієнтом, зазвичай ці послуги включають: розробку продукту; виробничо-збутова допомога; і кредит. Ринковий посередник або безпосередньо купує продукцію, виготовлену клієнтом, або бере її на консигнацію, а потім продає продукцію на ринках з високою маржею з націнкою.

Зазвичай вбудована модель ринкового посередника: соціальна програма — це бізнес, його місія зосереджена на зміцненні ринків і сприянні фінансовій безпеці клієнтів, допомагаючи їм розвивати та продавати свої продукти.

Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності за рахунок продажу продукції, виробленої клієнтом. Дохід використовується на оплату операційних витрат бізнесу та на покриття програмних витрат на розробку продукту, маркетингові та кредитні послуги клієнтам.

Маркетингові постачальницькі кооперативи, а також організації справедливої торгівлі, сільського господарства та ремісничі організації часто використовують ринкову посередницьку модель соціального підприємства. Поширені види бізнесу, які застосовують цю модель: маркетингові організації, фірми споживчих товарів або ті, що продають оброблені харчові продукти чи сільськогосподарську продукцію.



Рис. 1.4 – Схема моделі посередника ринку

в) модель працевлаштування (employment model – рис. 1.5). Відповідно до цієї моделі компанії надають можливість працевлаштування та професійного навчання своїй цільовій групі – клієнтам – людям з високим бар'єром входу на традиційний ринок праці (люди з фізичними вадами, бездомні, соціально незахищена молодь і колишні засуджені), продають їхні товари чи послуги на відкритому ринку.

Модель зайнятості соціального підприємства надає можливості працевлаштування та професійне навчання своїм цільовим групам або «клієнтам», людям із високими бар'єрами для працевлаштування, таким як інваліди, бездомні, молодь із груп ризику та колишні правопорушники. Організація керує підприємством, наймаючи своїх клієнтів, і продає свої продукти або послуги на відкритому ринку. Тип бізнесу залежить від відповідності робочих місць, які він створює для своїх клієнтів, щодо розвитку навичок, відповідності можливостям та обмеженням клієнтів, а також його комерційної життєздатності.

Модель зайнятості зазвичай вбудована: соціальна програма – це бізнес, його місія зосереджена на створенні можливостей працевлаштування для клієнтів. Послуги соціальної підтримки для співробітників, такі як «тренери по роботі», навчання м'яким навичкам, фізична терапія, консультування щодо психічного здоров'я або тимчасове житло, вбудовані в модель підприємства та створюють сприятливе робоче середовище для клієнтів. Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності за рахунок продажу своєї продукції та послуг. Дохід використовується для оплати стандартних операційних витрат, пов'язаних з бізнесом, і додаткових соціальних витрат, понесених при працевлаштуванні його клієнтів.

Модель працевлаштування широко використовується організаціями з інвалідністю та молодіжними організаціями, а також організаціями соціальних служб, які обслуговують жінок з низькими доходами, одужуючих наркоманів,

колишніх безпритульних людей, а також одержувачів соціальної допомоги на роботу. Популярними видами бізнесу з працевлаштування є прибиральні та ландшафтні компанії, кафе, книжкові магазини, комісійні, кур'єрські, пекарні, деревообробні та механічні ремонтні роботи.

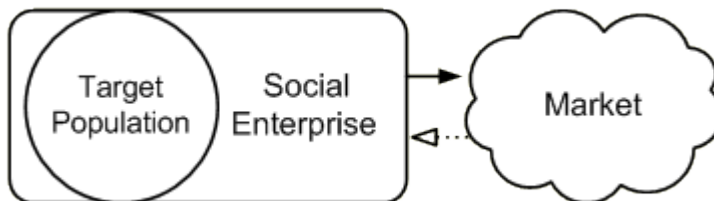


Рис. 1.3 – Схема моделі працевлаштування

г) модель платних послуг (fee-for-service model – рис. 1.6). На комерційній основі компанії надають послуги, які відповідають та забезпечують досягнення місії й одночасно складають соціальну програму підприємницької діяльності, яка забезпечує своїх клієнтів доступними для них послугами. Соціальне підприємство досягає фінансового самозабезпечення завдяки внескам за послуги.

Модель соціального підприємства з оплатою за послуги комерціалізує свої соціальні послуги, а потім продає їх безпосередньо цільовим групам або «клієнтам», окремим особам, фірмам, громадам або третім сторонам-платникам.

Модель плати за послуги зазвичай є вбудованою: соціальна програма — це бізнес, його місія зосереджена на наданні соціальних послуг у сфері, в якій він працює, наприклад, у сфері охорони здоров'я чи освіти. Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності за рахунок плати за послуги. Цей дохід використовується як механізм відшкодування витрат для організації, щоб сплатити витрати на надання послуг і витрати бізнесу, такі як маркетинг, пов'язаний з комерціалізацією соціальних послуг. Надлишки (чистий дохід) можуть використовуватися для субсидування соціальних програм, які не мають вбудованого компонента відшкодування витрат.

Плата за послуги є однією з найбільш поширених моделей соціального підприємства серед неприбуткових організацій. Типовими прикладами платних соціальних підприємств є членські організації та торгові асоціації, школи, музеї, лікарні та клініки.

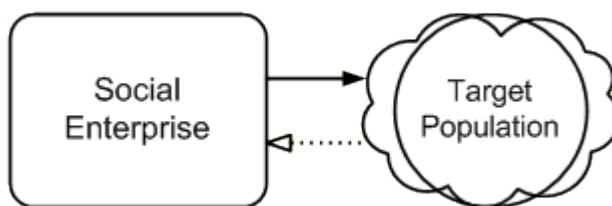


Рис. 1.6 – Схема моделі платних послуг

д) Модель фінансування послуг (service subsidization model – рис. 1.7). Відповідно до цієї моделі організації продають товари та надають послуги зовнішньому ринку, а дохід, отриманий від продажу, використовують на фінансування своїх соціальних програм. Клієнт з низьким доходом як ринкова модель соціального підприємства є різновидом моделі плати за послуги, яка

визнає цільове населення або «клієнтів» на ринку для продажу товарів або послуг. Акцент цієї моделі полягає в забезпеченні бідним та з низьким рівнем доходів клієнтам доступу до продуктів і послуг, завдяки чому ціна, розподіл, характеристики продукту тощо забороняють доступ до цього ринку. Приклади продуктів і послуг можуть включати: охорону здоров'я (вакцинації, ліки за рецептом, операція на оці) та продукти здоров'я та гігієни (йодована сіль, мило, окуляри, сережки, гігієнічні серветки), комунальні послуги (електрика, біомаса та вода), тощо, за які вони платять.

Соціальна програма закладена в діяльність шляхом надання доступу до продуктів і послуг, які покращують здоров'я, освіту, якість життя та можливості клієнтів. Дохід отримується від продажу продукції і використовується для покриття операційних витрат, витрат на маркетинг і розповсюдження. Однак через низькі доходи цільової групи в «клієнти з низькими доходами як ринкова модель» досягнення фінансової життєздатності може бути складним. Соціальне підприємство має покладатися на розвиток креативних систем розподілу, зниження виробничих і маркетингових витрат, досягнення високої операційної ефективності, перехресного субсидування ринків креативних доходів на ринки, які потребують субсидій. Здоров'я, освіта, технології, комунальні послуги часто використовують це.

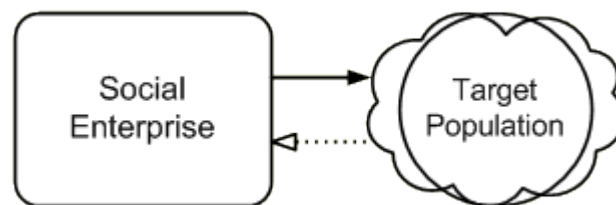


Рис. 1.7 – Схема моделі фінансування послуг

є) модель «зв'язковий ринку» (market linkage model – рис. 1.8). Такі компанії сприяють торговельним відносинам між своїми клієнтами (дрібними виробниками, місцевими фірмами та кооперативами) та зовнішнім ринком. Соціальне підприємство діє як брокер, виконуючи роль сполучної ланки, за що й отримує оплату.

Модель ринкових зв'язків соціального підприємства сприяє торговельним відносинам між цільовим населенням або «клієнтами», дрібними виробниками, місцевими фірмами та кооперативами та зовнішнім ринком. Соціальне підприємство функціонує як брокер, який зв'язує покупців із виробниками і навпаки, а також стягує плату за цю послугу. Продаж ринкової інформації та дослідницьких послуг є другим типом бізнесу, поширеним у моделі ринкових зв'язків. На відміну від моделі ринкового посередника, цей тип соціального підприємства не продає і не продає продукцію клієнтів; скоріше це зв'язує клієнтів з ринками.

Модель ринкового зв'язку може бути як вбудованою, так і інтегрованою.

Якщо підприємство є автономним; її місія обертається на зв'язуванні ринків, а її соціальні програми підтримують цю мету, модель вбудована. У цьому випадку соціальною програмою є бізнес, дохід, отриманий від діяльності



підприємства, використовується як механізм самофінансування його соціальних програм.

Ринкові соціальні підприємства також створюються шляхом комерціалізації соціальних послуг організації або використання її нематеріальних активів, таких як торговельні відносини, а прибуток використовується для субсидування інших послуг для клієнтів. У цьому другому прикладі соціальна програма та бізнес-діяльність перекриваються, отже, слід інтегрованої моделі.

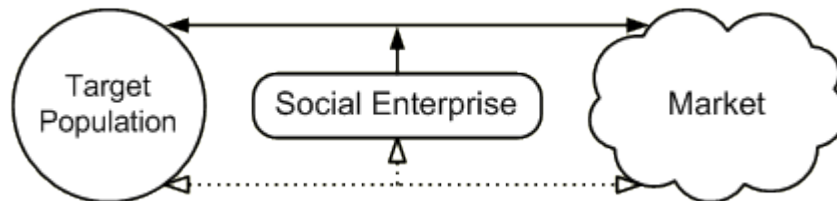


Рис. 1.8 – Схема моделі «зв'язковий ринку»

ж) модель підтримки організації (organizational support model). Соціальне підприємство продає свою продукцію та послуги на зовнішній ринок. У деяких випадках цільова аудиторія – клієнт – є одночасно споживачем. Підприємницька діяльність відокремлена від соціальних програм, проте організація використовує додатковий дохід на фінансування витрат своєї материнської громадської організації.

Модель організаційної підтримки соціального підприємства продає продукти та послуги зовнішньому ринку, підприємствам чи широкій громадськості. У деяких випадках цільовою групою або «клієнтом» є клієнт.

Для якісного дослідження моделей соціального підприємництва на прикладі доцільно використати метод кейс стаді, який має на меті розглянути діяльність соціальних підприємств за такими критеріями [65, с.73]:

а) Історична довідка (коли та з якою метою (ідеєю) була створена організація, кому належала ініціатива створення, основні етапи становлення організації, нинішній стан справ організації, релігійні та етнокультурні особливості).

б) Опис організації (організація роботи, опис приміщення, цільова категорія клієнтів, статистичні дані роботи організації, ідеологічні установки в організації).

в) Структура організації (скільки спеціалістів працює в організації, яке їх професійне спрямування).

г) Партнери організації (співпраця з іншими недержавними організаціями, партнерство з державними структурами, співробітництво із закордонними партнерами).

д) Фінансування (основні джерела фінансування, спрямованість фінансів соціального підприємства).

е) Проблеми в роботі організації (основні труднощі в організації та здійсненні діяльності соціального підприємства, труднощі у співпраці з партнерами, проблеми в роботі з клієнтами).



Методи роботи (організація та здійснення самого соціального підприємництва, методи пошуку клієнтів, на вирішення яких соціальних проблем спрямована діяльність, ефективність соціального підприємства).

**Рекомендована література:**

1. Шаповалова Т. В. Соціальне підприємництво – шлях до створення інноваційного бізнесу. Київ : Друкарський двір Олега Федорова, 2018. 272 с.
2. Social economy and inclusive entrepreneurship - Social entrepreneurship. URL: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=952&intPageId=2914&langId=en>.
3. Mair J., Robinson J., Hockerts K. Social Entrepreneurship. London: Palgrave Macmillan, 2017. 297 p.
4. Social Entrepreneurship and Social Business. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-8349-7093-0>.
5. Social Entrepreneurship – A Practice-Based Approach to Social Innovation. URL: <https://www.socialenterprisebr.net/2022/01/social-entrepreneurship-new-book-on-social-entrepreneurship/>.
6. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво. URL: [http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social\\_Entrepreneurship\\_Guide-WEB-1.pdf](http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_Guide-WEB-1.pdf).
7. Соціальне підприємництво в Україні. Зелена книга. Під загальною редакцією Валерія Кокотя. Київ: Social business in EU, 2020. 89 с.
8. Pereverzieva A., Volkov V. Assessment and forecasting of favourable conditions for entrepreneurship development. Baltic Journal of Economic Studies. 2020. Vol. 6, No.3, P. 59-66. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-3-59-66>.
9. Pereverzieva A., Volkov V. Assessment method of social enterpreneurships nature and its development. Management and entrepreneurship: trends of development. 2020. № 1 (11). P. 113-131. URL: <https://management-journal.org.ua/index.php/journal/issue/view/12>.
10. Pereverzieva A.V., Osaul A.O., Havrylova K.O. Social entrepreneurship and classical enterprise with social responsibility analysis: advantages and disadvantages. Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic Sciences. 2020. № 3 (47). P. 46-50. URL: <http://journalsofznu.zp.ua/index.php/economics/article/view/1407>.
11. Pereverzieva A.V., Volkov V.P. Social entrepreneurship as seen by the future managers. International Journal of Scientific Research and Management. 2020. Volume 8. issue 11 P. 477-490. URL: <https://www.ijstrm.in/index.php/ijstrm/article/view/2910/2202>. DOI: 10.18535/ijstrm/v8i11.sh01.
12. Home Social Enterprise Typology Operational Models Fundamental Models. URL: <http://www.4lenses.org/setypology/mim>