

Практичне заняття 4

ТЕМА: РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМЦІВ НОВОГО ПОКОЛІННЯ В ЄС

Викладач: д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму **Переверзева Анна Василівна**

Мета: визначення ролі соціальних підприємців нового покоління в країнах ЄС.

Теоретична довідка:

Таблиця 4.1 – Окремі визначення поняття «соціальний підприємець»

Джерело	Визначення
Серія Каліфорнійського клубу Співдружності із соціального підприємництва (The Commonwealth Club series)	Соціальний підприємець – це інноватор, який спрямовує увесь свій запал і наполегливість на вирішення соціальних проблем.
Фонд Ашока (Ashoka)	Соціальні підприємці – це індивідууми, які шукають інноваційних рішень найбільш гострих соціальних проблем. Вони – амбіційні й наполегливі у своїй роботі та пропонують нові ідеї для масштабних змін.
Борнштейн Д. (Bornstein D.)	Соціальний підприємець – це першопроходець із потужною ідеєю та високими етичними стандартами, який поєднує теоретичні та практичні навички вирішення проблем і є «одержимим» своїм баченням змін.
Лайт П. (Light P.)	Соціальний підприємець – це особа, група осіб, організація чи об'єднання організацій, що шукає нестандартні шляхи до сталих і масштабних змін у діяльності урядових, неприбуткових та прибуткових організацій для вирішення соціальних проблем.
Інститут суспільного мовлення «Нові Герої» (PBS “The New Heroes”)	Соціальний підприємець знаходить та вирішує масштабні соціальні проблеми. Так само, як підприємці створюють і трансформують цілі індустрії, соціальні підприємці змінюють суспільство, знаходячи можливості, яких інші не бачать.
Фундація Шваб (Schwab Foundation)	Хто такий соціальний підприємець? Прагматичний провісник, який досягає масштабних, систематичних та сталих соціальних змін за допомогою інновацій, нестандартних підходів і більш ретельного вивчення поточних технологій та стратегій.
Фундація Сколла (Skoll Foundation)	Соціальні підприємці змінюють суспільство; це – інноватори, які приносять користь людству. Соціальні підприємці – амбіційні, мотивовані, стратегічні, винахідливі та орієнтовані на результат.
Томсон Дж. (Thomson J.)	Люди, що мають навички та якості, притаманні приватним підприємцям, але які працюють на суспільство і переймаються досягненням соціальних цілей, а не зароблянням грошей.
Босчі Дж. (Boschee J.)	Соціальні підприємці здатні створити баланс між моральними імперативами та прагненням прибутку. Вони звертають дедалі більшу увагу на ринкові механізми, не випускаючи з поля зору свою основну місію. І цей процес є серцем та душею всього соціального руху.

Автори книги «Соціальне підприємництво: місія – зробити світ кращим» («Understanding Entrepreneurship. The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World»), окрім визначень, зібрали деякі спостереження, що стосуються різних аспектів діяльності соціальних підприємців: соціальні підприємці – демократичніші, а також більш схильні до колегіальності у процесі прийняття рішень у своєму середовищі, ніж звичайні підприємці; соціальні підприємці відрізняються більшим невдоволенням через несправедливий стан речей навколишнього світу; соціальні підприємці можуть більше розраховувати на велику підтримку в суспільстві, ніж традиційні. Безперечно, жодна з цих ознак не є притаманною лише соціальному підприємцю. Багато бізнесменів володіють окремими з цих якостей і навіть їх сукупністю²⁵.

Що ж тоді відрізняє їх? Головне, що відрізняє соціального підприємця від бізнес-підприємців і навіть від соціально відповідального бізнесмена, – це місія. Соціальна місія для нього є провідною. Місію соціального вдосконалення не може бути зведено до вигоди для окремих приватних осіб. Отримання прибутку, створення багатства можуть бути частиною моделі. Але це – лише засіб для досягнення соціальної мети, а не самоціль. Соціальні підприємці прагнуть створити умови для сталого поліпшення та підтримки соціального впливу.

Говорячи про соціального підприємця, окремо варто сказати про важливість його особистості, його розуміння соціальних проблем, здатності вирішувати такі проблеми, використовувати різні джерела інформації, а також його спроможності за певних умов зніціювати створення соціального підприємства. Недарма міжнародний некомерційний фонд підтримки соціальних підприємців з усього світу названо іменем Ашоки. Адже ключовим осянням Ашоки, імператора найбільшої в історії Стародавньої Індії держави Мауріїв, було те, що найкраще передбачити розвиток ідеї та успішність її реалізації можна дізнавшись про людину, яка стоїть за цією ідеєю.

Як і понад 2 тисячі років тому, важливими залишаються питання умотивованості та цілеспрямованості особистості: чи є в людини здатність згуртувати команду, яка зможе подолати численні перешкоди, невдачі, розчарування; чи є реалізація ідеї найважливішою або однією з найважливіших речей на світі для цієї людини; чи має людина наполегливість і терпіння запроваджувати зміни в умовах байдужості, небажання відходити від звички, страху, обмеженості ресурсів?

Н. Макіавеллі у своїй знаменитій книзі «Державець» сказав: «Немає нічого важчого, ніж братися за щось нове, нічого більш ризикованого, ніж спрямовувати, або більш невизначеного, ніж очолити створення нового порядку речей, тому що противниками нововведень виступатимуть ті, кому добре жилося при старому порядку речей, а боязкими захисниками – ті, кому буде добре при новому».

Шлях, який здолали засновники найвідоміших у світі соціальних підприємств «Grameen Bank» і «BRAC» – Мухаммад Юнус і Фазле Хасан Абед

(Fazle Hasan Abed), є прикладом боротьби з перешкодами й розчаруваннями, байдужістю і відвертим опором.

Спочатку вони були дуже самотніми. Люди говорили Юнусу, що «Grameen Bank» лопне, як повітряна куля. Інші казали Абеду, що він чинить нерозумно, залишаючи свою високооплачувану роботу в компанії «Shell Oil». Обидва зазнали особистих втрат. Обидва мали боротися з релігійними фундаменталістами, військовими диктаторами, соціалістами-революціонерами і (що, можливо, найважче) з усталеними корупційними порядками, які підривали довіру до будь-якої угоди. Вони знову і знову викладали суть своїх намірів, аби мобілізувати ресурси, сформувати партнерства, роззброїти ворогів, достукатися до влади. Обидва мали твердий намір здійснити задумане, скільки б це не забрало сил. Позицію соціального підприємця можна зрозуміти з прикладу життя цих людей.

Щоб організувати позитивні довгострокові зміни – потрібні люди, які не думають про щоквартальні звіти й наступні вибори, які є стійкими до відсутності короткострокових винагород і визнання. Потрібні люди, які володіють здатністю розуміти проблему в усіх її аспектах і мати глобальне бачення її вирішення.

Зміст:

1. Експрес-діагностика схильності до соціального підприємництва
Дайте відповіді на питання нижче:
 1. Соціальний бізнес — це:
 - а) бізнес, створений членами певної соціальної групи
 - б) бізнес, який робить пожертви на благодійність або бере участь у волонтерських програмах
 - в) бізнес, який існує не заради збагачення засновника, а задля ефективного вирішення соціальних проблем
 2. Чи може соціальне підприємство брати плату за свої продукти чи послуги?
 - а) ні, тоді воно втратить цей статус
 - б) за бажанням власника
 - в) так, однозначно
 3. Співробітники соціального підприємства:
 - а) працюють на волонтерських засадах
 - б) отримують символічну винагороду за свою роботу
 - в) отримують зарплату з прибутку підприємства
 4. Який з цих бізнесів можна вважати соціальним підприємством?
 - а) ІТ-компанію, яка не інвестує в соціальні ініціативи чи проекти, але оплачує своїм співробітникам навчання, харчування та страхування
 - б) промислове підприємство, яке час від часу робить пожертви на користь безпритульних
 - в) кав'ярню, яка свій прибуток спрямовує на допомогу вразливим групам.

5. Який з цих бізнесів можна вважати соціальним підприємством?

а) сервіс таксі, співробітники якого на суботниках прибирають найближчий до їхнього офісу парк.

б) фудкорт, який віддає нерозпродані страви в госпіс

в) пекарня, у якій працюють люди з інвалідністю. Прибуток спрямовується на розвиток підприємства

6. Яка цінова політика продуктів соціальних підприємств?

а) однозначно дешеві продукти чи послуги, адже вони здебільшого низької якості

б) продукти соціальних підприємств часто мають високу собівартість через малі розміри підприємства, тому їхня ціна має бути високою, щоб покрити витрати. Однак соціальна складова виправдовує високу ціну

в) продукти соціальних підприємств повинні відповідати стандартам якості та бути конкурентними на ринку, тому ціноутворення відбувається за тими ж принципами, що й у будь-якому бізнесі

7. Якби ви створювали власне підприємство, воно було б:

а) орієнтованим на прибуток: я хочу забезпечити себе і свою родину

б) планую час від часу жертвувати певні суми на благодійність

в) я хочу спрямувати певний відсоток прибутку на важливу соціальну мету

ВІДПОВІДІ

Порахуйте, яких варіантів відповідей (а, б чи в) у вас більше.

Більшість відповідей «а». Схоже, ви вперше почули про соціальне підприємництво тільки сьогодні.

Більшість відповідей «б». Здається, ви дещо чули про соціальне підприємництво, але поки що трохи плутаєтесь у визначеннях.

Більшість відповідей «в». Ви вже багато знаєте про соціальне підприємництво.

1. Кейс «Соціальні підприємці нового покоління та соціальні цінності майбутнього».

Створення власної теорії змін майбутньою. Власна теорія змін (теорія змін – інструмент, який широко використовується соціальними підприємцями на практиці для планування кроків, які приводять їх до бажаної позитивної зміни у суспільстві. Отже, можна розуміти теорію змін як ланцюжок причинного зв'язку: «якщо..., то...»).

На основі сформульованих студентами для власних соціальних підприємств проблеми, візії, рішення проблеми, місії, розробити власну теорію змін, з використанням запропонованої таблиці для заповнення.

Базовими компонентами теорії змін є:

1. Ресурси, необхідні для виконання заходів, передбачених для вирішення проблеми соціальним підприємством: матеріальні (фінансування, обладнання, офісне приміщення) і нематеріальні (люди, навички, знання, контакти, репутація);

2. Заходи, які трансформують ці ресурси в конкретні продукти;

3. Продукти діяльності соціального підприємства: матеріальні (наприклад, кількість виданих мікрокредитів малозабезпеченим особам) і

нематеріальні (наприклад, зменшення кількості бездомних у місті, економічне включення людей із тривалим стажем безробіття через соціальне підприємство тощо);

4. Результати діяльності соціального підприємства (короткотривалі – від 1 до 3 років) і довготривалі – від 4 до 6 років): які позитивні зміни відбудуться внаслідок вищевказаних продуктів діяльності соціального підприємства?;

5. Вплив: на індивідуальному, регіональному, національному рівнях через сімдесят років після початку діяльності соціального підприємства.

Приклад оформлення теорії змін (за «NESTA», 2011; джерело: <https://diytoolkit.org/tools/theory-of-change/>)