

УДК 352.07

Н. В. Ільченко,

Черкаський державний технологічний університет

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

У статті досліджується концепція соціального підприємства, розглянуті базові моделі соціального підприємства, аналізується його роль в економічному і соціальному розвитку територіальної громади.

In the article there are being searched the concept of social enterprise, basic models of the social enterprise and is being analyzed its role in the economic and social development of territorial community.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Кризові явища, які супроводжували перехід України та інших країн Центральної та Східної Європи до демократичної політичної системи та ринкової економіки, такі як підвищення рівня безробіття, зменшення фінансування соціальної сфери, зниження рівня безпеки та загальної якості життя, призвели до збільшення кількості населення, які були виключені з економічного та політичного життя своєї громади. Сучасні тенденції ринку праці та структурні реформи призвели до виникнення нових соціально виключених груп, до яких можемо віднести людей з фізичними вадами, людей у віці понад п'ятдесят років, молоді з низкою кваліфікацією, молодих матерів з дітьми, працівників сільської місцевості та маргіналізовані групи, такі як колишні в'язні, люди з психічними хворобами, іммігранти, бездомні та національні і етнічні меншини. Всі ці групи мають невеликі можливості влаштуватися на традиційному ринку праці і в той же час мають недостатньо адекватну підтримку від державних агенцій [15]. В таких умовах ефективне вирішення проблем нерівності та соціального виключення певних верств населення неможливе, хоча б частково, без самоорганізації та самостійного забезпечення самими членами громади. До одного з інструментів, які вирішують розглянуті проблеми в громаді, можемо віднести соціальне підприємство. Цей інноваційний підхід, як відзначив президент Європейської мережі ЕМЕС [6] Ж. Дефорни, надає ідеальну схему для вирішення проблеми безробіття та покращення доступу до ринку праці в громадах.

У США, Канаді та Західній Європі існує 30-ти річна практика створення та функціонування соціальних підприємств з метою вирішення місцевих економічних та соціальних проблем, роз-

роблена відповідна законодавчо-нормативна база та налагоджені партнерські відносини між органами місцевого самоврядування і громадським сектором з організаційних та фінансових питань в сфері соціального підприємництва. Аналіз стану розвитку соціальних підприємств в Україні свідчить, що на сьогодні він на дуже низькому рівні, хоча цей інструмент і застосовується в деяких громадах. Така ситуація сформувалася під впливом ряду факторів. По-перше, відсутній достатній рівень знань як у громадському, так і в державному секторі про концепцію соціального підприємства, його відмінність від інших форм підприємництва, важливість та роль для розвитку місцевої громади. Відповідно досить часто це призводить до підміни поняття і нерозуміння внутрішнього механізму функціонування подібних підприємств, їх взаємозв'язку з державою, бізнесом та громадою. Крім цього, традиційні ініціативи в галузі розвитку в Україні часто зосереджуються на підтримці приватного сектора або держави і ігнорують ті організації, що намагаються поєднати прибуткову діяльність з досягненням певних соціальних цілей.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Вперше термін "соціальне підприємство" було запропоновано в 1978 році Фрієром Спреклейем, використувалося він для назви організації, яка займалася соціальним аудитом. Науковець описав соціальне підприємство як таке, що належить тим, хто працює в ньому, та/або тим, хто проживає в даній місцевості, управляється відповідно до соціальних та комерційних цілей та завдань та функціонує як кооператив. Він відзначив, що, на відміну від традиційного підприємства, де робиться наголос на отриманні прибутку,

соціальні підприємства орієнтуються на персональну, оточуючу та соціальну вигоду [23]. Пізніше ряд науковців та практиків з різних країн почали досліджувати даний феномен з точки зору його основних ознак, видів та типів, впливу на соціальні та економічні проблеми, залучення та активізації місцевого населення та взаємозв'язку з органами місцевого самоврядування. Серед них можемо відзначити Мартіна Прайса [16], Джаклін Едвардс [8], Боба Дохерті та Джона Томпсона [14], Кім Алтер [2], Хелен Хау та Пола Трейсі [7], Грегорі Діза, Джеррі Боші та Джима Маклурга [5], Алекса Ніколса, Джефа Скола, Ровену Янг [17], Борзага та Дефоурні, які досліджували розвиток та особливості соціального підприємництва в 15 країнах ЄС [19] та інших.

Практичними аспектами соціального підприємництва займається ряд інститутів та організацій у всьому світі [1; 6; 10; 13; 20; 21; 22].

В Європі було створено мережу ЕМЕС ("Emergence of social enterprises in Europe"), метою якої є створення європейського корпусу теоретичних та емпіричних знань щодо функціонування "третього сектора" [6]. У 2008 році ЕМЕС та ПРООН підготували звіт дослідження стану розвитку соціального підприємництва в Центральній Європі та пострадянських країнах, у тому числі в Україні. В даному звіті підкреслюється, що соціальні підприємства є дуже важливими для просування посткомуністичних держав до більш сучасної структури, де громадські організації та соціальні підприємства будуть виконувати функції покращення добробуту громадян шляхом запровадження новітніх підходів та залучення широких верств громадян [15].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даного дослідження є вивчення концепції соціального підприємства та оцінка ролі соціального підприємства для економічного та соціального розвитку територіальної громади.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Теорія та практика функціонування соціальних підприємств дає широке коло визначень даного поняття. Так, традиційне визначення описує соціальне підприємство як будь-який бізнес, що має соціальну мету, а прибуток реінвестується в розвиток громади або в цей же бізнес, а не має на меті максимізувати прибуток для акціонерів та власників (Департамент торгівлі та промисловості Великобританії) [16]. На сьогодні найчастіше цитується визначення соціального підприємництва, яке було сформульоване в 1998 році професором Стенфордського університету Грегорі Дізом, який виділив п'ять ознак, що визначають соціальне підприємництво: ухвалення місії щодо створення та підтримки соціальної цінності (а не просто приватної); визнання та використання нових можливостей для забезпечення даної місії; впровадження процесу неперервної інновації, адаптації та навчання; вміння діяти на перспективу; підвищене відчуття відповідальності перед отримувачами послуг та за досягнуті результати [5].

У 1996 році Roberts Foundation Homeless Economic Development Fund визначив соціальне підприємство, як "підприємство, що генерує доходи, яке засноване для створення економічних можливостей для індивідів з дуже низькими доходами, і разом з тим одночасно функціонує в напрямі отримання прибутку" [20]. Мережа організацій NESST використовує термін соціального підприємства відносно до "великої кількості підприємницьких методів та методів фінансування, які використовуються неприбутковими організаціями для генерування свого власного доходу для підтримання своєї місії" [10]. Обидва ці визначення поєднують соціальну та економічну складові соціального підприємства, хоча перше визначення більше робить наголос на програмному підході, а інше — на фінансовому. Коаліція соціальних підприємств Великобританії (UK-based Social Enterprise Coalition) дає нам найпростіше визначення соціального підприємства — комерційний бізнес для соціальних цілей [21]. Коаліція пропонує декілька спільних ознак, які характеризують соціальні підприємства.

1. Бізнес-орієнтація — підприємства безпосередньо залучені у виробництво товарів або надання послуг і мають ринок збуту.

2. Соціальні цілі — підприємства мають чітко виражені соціальні цілі, такі як: створення робочих місць, навчання або надання місцевих послуг. Їх етичні цінності включають зобов'язання щодо розбудови навичок в місцевих громадах. Їх прибутки обов'язково реінвестуються для досягнення соціальних цілей.

3. Соціальна власність — це автономні організації зі структурою управління та правом власності, що базується на участі зацікавлених сторін (наприклад, працівників, користувачів, клієнтів, місцевих громадських груп та соціальних інвесторів) або довірених осіб. Вони підзвітні перед зацікавленими особами та широкою громадськістю за їх соціальний, економічний вплив та вплив на зовнішнє середовище. Прибуток розподіляється серед зацікавлених осіб або використовується на благо громади.

У дослідженні Кім Алтер зазначено, що соціальне підприємство — це загальний термін, який використовується для позначення бізнесових підприємств, створених некомерційними організаціями, або заходів для отримання доходів з метою позитивного соціального впливу, які водночас фінансово окупаються [3]. Аналізуючи ці та інші визначення, можемо зробити висновок, що термін "соціальне підприємство" використовується для опису різних видів діяльності, до яких можна віднести наступні.

1. Підприємства, що спрямовують свої прибутки на соціальні потреби окремих вразливих груп населення чи громади в цілому.

2. Підприємницькі заходи громадських організацій, що здійснюються з метою отримання фінансових ресурсів для виконання своєї соціальної місії та забезпечення сталості.

3. Підприємницькі заходи громадських організацій, які реалізуються через партнерство з підприємствами,



Рис. 1. Місце соціального підприємства в економіці

і здійснюються з метою забезпечення робочих місць та соціальної інтеграції для соціально незахищених верств населення.

Спільною рисою є те, що соціальні підприємства прагнуть забезпечити "подвійну окупність", тобто виконати свою соціальну місію і досягти певних фінансових цілей.

У сучасному світі соціальні підприємства знаходяться на перетині трьох основних економічних сфер: держава, ринок та громада (рис.1) [15].

Нерозуміння природи та механізму соціального підприємства досить часто призводить до того, що відбувається підміна понять, отже, соціальними підприємствами називають, наприклад, неприбуткові організації (НПО), які займаються певною діяльністю, що генерує дохід, або цей термін вживається стосовно соціально-відповідального бізнесу, тому що як перші, так і другий має подвійну мету: соціальну та економічну. Рис. 2 відображає весь спектр організації, залежно від їх мети [2].

Кім Алтер виділяє дев'ять моделей соціальних підприємств, які залежать від місії, соціальних та економічних завдань соціального підприємства, динаміки ринку, потреб чи можливостей клієнтів та правового поля [2].

До першої моделі відноситься модель підтримки підприємців (entrepreneur support model). У цьому випадку соціальне підприємство надає послуги, пов'язані з фінансовою, правовою, консультативною допомогою своїй цільовій групі з метою розвитку їх підприємницьких здібностей. Останні, в свою чергу, свої продукти чи послуги реалізують на відповідному ринку. Цю модель, як правило, застосовують організації, пов'язані з розвитком громади.

Друга модель соціального підприємства — модель ринкового посередника (market intermediary model). Метою соціального підприємства є допомогти членам громади, які займаються підприємницькою діяльністю, вийти на ринок товарів та послуг. Як правило, даний сервіс включає в себе вдосконалення продукту, допомогу у виробничтві чи збуту продукції та кредитування.

Модель працевлаштування (employment model) застосовують со-

ціальні підприємства, метою яких є надання можливостей у працевлаштуванні та професійного навчання цільовій групі, яка має високі бар'єри входження на традиційний ринок праці (основні групи було розглянуто вище) та продають їх товари чи послуги на ринку. Таку модель широко застосовують молодіжні організації, організації, які працюють з неповносправними особами, алко- та наркозалежними, бездомними та іншими незахищеними групами населення. Типовими прикладами бізнесу в цьому випадку є: кав'ярні, ресторани, ремонтні майстерні, книжкові магазини, послуги з міського благоустрою, пральні, пекарні тощо.

До четвертої моделі відноситься модель платних послуг (fee-for-service model). Підприємство надає соціальні послуги на платній основі безпосередньо цільовій групі, за допомогою чого досягає фінансового самозабезпечення. Дану модель найчастіше використовують неприбуткові організації, серед яких можна відмітити, музеї, лікарні, клініки, школи, членські організації тощо.

П'ята модель має назву "клієнт з низьким доходом як ринок" (low-income client as market model). Ця модель функціонування соціального підприємства є різновидом попередньої моделі. Тут робиться наголос на наданні доступу особам з низьким рівнем доходів або тим, хто знаходиться на межі бідності, до продуктів та послуг першої необхідності (їжа, засоби гігієни, медичні послуги, одяг тощо), на певних пільгових умовах.

Кооперативна модель (cooperative model) соціального підприємства зосереджується на наданні безпосередніх послуг членам свого кооперативу у вигляді маркетингової інформації, технічної допомоги, доступу до продуктів та послуг, доступу до зовнішніх ринків тощо. Кооперативні соціальні підприємства включають сільськогосподарські кооперативи, торговельні організації, які пропагують чесну торгівлю, кооперативи з виготовлення та продажу екологічно чистої продукції тощо.

До шостого виду соціальних підприємств відносять підприємства, що використовують модель взаємозв'язку з ринком (market linkage model). У цьому випадку соціальні підприємства забезпе-



Рис. 2. Спектр організацій щодо створення соціально та економічної цінності в громаді

чують взаємозв'язок своїх клієнтів, до яких відносяться дрібні виробники, місцеві фірми та кооперативи, з зовнішнім ринком. Соціальні підприємства тут виступають як торговельні брокери.

Модель фінансування послуг (service subsidization model) полягає в тому, що соціальне підприємство продає товари чи послуги на зовнішньому ринку та використовує прибутки для фінансування своїх соціальних програм.

Дев'ята модель соціального підприємства — це модель організаційної підтримки. В рамках цієї моделі соціальні підприємства продають товари та послуги або на зовнішній ринок, або приватним чи державним організаціям, що надають соціальні послуги, а безпосередні клієнти, в свою чергу, виступають, як споживачі цих організацій.

Можна навести безліч успішних прикладів із зарубіжної практики, щодо створення та функціонування соціальних підприємств, які досягають значних фінансових результатів, дають великий соціальний синергичний ефект та залучають до співпраці місцеву владу та громаду. Наприклад, у Нідерландах розповсюджена практика створення соціальних підприємств для бездомних людей, таких як майстерні з ремонту велосипедів, виготовлення свічок, реставрації старих меблів тощо. Важливим є те, що операційні витрати організації покриваються з місцевого бюджету. Також хочемо відмітити роботу, яка проводиться з такою групою, як люди з психічними хворобами та обмеженими можливостями. Ряд соціальних підприємств у Голландії у вигляді ресторанів, пекарень, типографічних послуг забезпечують повне включення цієї верстви населення у соціальне життя громади. В Канаді, наприклад, функціонує соціальне підприємство, яке займається збиранням та продажем вживаних речей для малозабезпечених груп населення. Важливим є те, що це підприємство провводить професійне навчання та працевлаштовує людей з обмеженими можливостями, прибутки, які отримує, спрямовує на соціальні потреби, до того ж місцеве населення активно бере участь у збиранні та постачанні вживаних речей. Цікавою є канадська практика створення кур'єрських служб, в яких основними працівниками є люди з психічними хворобами, та ряд інших соціальних підприємств у різних сферах господарювання і залученням різних груп населення територіальної громади.

Що стосується України, то ряд громадських організацій, вивчивши зарубіж-

ний досвід створення соціальних підприємств, почали працювати в цьому напрямі. Згідно результатів дослідження, яке було проведено Фондом "Євразія", в 2004 році в країні функціонувало близько 200 соціальних підприємств (для порівняння: в Польщі близько 4000 організацій підпадає під критерії соціального підприємства). Більшість підприємств сконцентровані в Києві, Харкові, Одесі, Донецькій, Львівській, Житомирській та Херсонській областях [15]. Такий низький показник стану розвитку соціального підприємництва в Україні зумовлено рядом причин. По-перше, нерозвинута законодавча та регуляторна база для створення та функціонування соціального підприємства, до того ж відсутні національні та регіональні організації, які займалися б лобіюванням даного питання. По-друге, відсутність підтримуючих структур, які надавали б фінансову та технічну допомогу малому бізнесу, та не розвинуті партнерські відносини з приватним сектором. Треба відмітити також, що третій сектор, який є головною рушійною силою в сфері соціального підприємництва, не має достатньо знань та навичок для розробки та управління бізнес-проектів.

ВИСНОВКИ ТА НАПРЯМКИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Внесок соціального підприємства в економічно-соціальний розвиток територіальної громади неможливо переоцінити: воно надає доступ до базових послуг (соціальних, освітніх, медичних) для місцевої громади, включаючи людей з низьким рівнем доходів; впроваджує методи більш раціонального використання місцевих ресурсів з широким залученням до прийняття рішень місцевого населення; створює нові робочі місця для людей, які виключені з традиційного ринку праці; допомагає в покращенні основних навичок місцевої робочої сили; зменшує соціальну нерівність та виключення певних верств населення з суспільства і, відповідно, надає можливість відновлення місцевої громади.

Для України важливими питаннями на сьогодні в сфері розвитку соціального підприємництва є розробка більш сприятливого правового поля, популяризація та лобіювання даних питань, створення інституційної підтримки соціальних підприємств та більш активне залучення органів місцевого самоврядування в фінансову, матеріальну та інформаційну підтримку соціальних ініціатив.

Література:

1. A glossary of useful terms from the Institute of Social Entrepreneurs. — Available: <http://www.socialent.org/pdfs/GLOSSARY.pdf>.
2. Alter K. Social Enterprise Typology. — Virtue Ventures LLC, 2007.
3. Alter, Sutia Kim. Case Studies in Social Enterprise: Counterpart International's Experience, Counterpart International. — Washington DC, 2002.
4. An Exploration of Contemporary Meanings of Social Enterprise / Ed. by Leo Bartlett / Australasian Institute for Social Entrepreneurship. — Available: http://www.accord.org.au/social/infobriefs/exp_soc_ent.html.
5. Boschee J., McClurg J. Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions. — Available: http://www.sealliance.org/better_understanding.pdf.
6. EMES. — Available: www.emes-net.
7. Haugh H., Tracy P. Role of Social Enterprise in Regional Development // Judge Institute of Management.
8. Hybrid Organizations: Social Enterprise and Social Entrepreneurship / Ed. by Jacqueline M. Edwards — Lulu.com, 2008 — 76.
9. Local Economic and Employment Development (Program) / Ed. by Antonella Noya, Genevieve Lecamp — OECD Publishing, 1999. — 69.
10. NESST. Available: <http://www.nesst.org>.
11. Nonprofit Good Practice Guide. — Available: <http://www.npgood-practice.org>.
12. Rubicon Programs, Inc., Online. — Available: <http://www.rubiconprograms.org/about.html>
13. Social Enterprise Alliance (SEA) Lexicon. — Available: http://www.sealliance.org/resources_lexicon.cfm.
14. Social enterprise management / Ed. by Bob Doherty, John Thompson — Emerald Group Publishing, 2006. — 107. — Available: www.emeraldinsight.com/ijse.htm.
15. Social Enterprise: A new model for poverty reduction and employment generation. — Available: <http://europeandcis.undp.org/home/show/02F5569C-F203-1EE9-BD529F7-FE21C9320>.
16. Social enterprise: what it is and why it matters / Ed. by Martin Price — Fflan, 2008. — 83.
17. Social entrepreneurship: new models of sustainable social change / Ed. by Alex Nicholls. — Oxford University Press, 2006 — 444.
18. Starting Point Guide, Social Enterprise. — London, 2001.
19. The emergence of social enterprise / Ed. by Carlo Borzaga, Jacques Defourny. — Routledge, 2004. — 396.
20. The Roberts Foundation Homeless Economic Development Fund. Available: <http://www.redf.org>.
21. The UK-based Social Enterprise Coalition. — Available: <http://www.socialenterprise.org.uk>.
22. Virtue Ventures. — Available: <http://www.virtueventures.com>.
23. Wikipedia.org. Online. — Available: http://en.wikipedia.org/wiki/Social_enterprise.

Стаття надійшла до редакції 25.08.2010 р.