

## РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНА ПЕДАГОГІКА

## СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ІННОВАЦІЯ У СФЕРІ ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ

## SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A SOCIO-ECONOMIC INNOVATION IN THE FIELD OF SOLVING SOCIAL PROBLEMS

У статті здійснено аналіз соціальних проблем як суспільного феномену і сфери впливу соціального підприємництва. Відзначено, що соціальна проблема є складним та багатомірним феноменом, що з'являється в умовах розвитку будь-якого суспільства. Авторки трактують соціальну проблему як ситуацію, несумісну з цінностями значного числа індивідів, яка вимагає відповідних дій з метою її зміни на краще.

Зауважено, що сьогодні світовий бізнес все частіше переймається вирішенням соціальних проблем. Наразі феномен підприємництва перебуває в центрі уваги соціально-економічних наук, що пояснюється його роллю в економічному зростанні, дієвим впливом на суспільні процеси, поведінку і діяльність економічно активних прошарків населення.

Соціальне підприємництво схарактеризовано авторками як соціально-економічна інновація, зусилля якого спрямоване на оптимізацію функціонування життєдіяльності суспільства у тих його сферах, в яких протиріччя або конфлікти проявляються найбільш гостро. У публікації соціальне підприємництво визначено як якісно новий вид діяльності, що поєднує підприємницьке новаторство та соціальну спрямованість і має на меті вирішення певної соціальної проблеми.

Численні визначення соціального підприємництва акцентують увагу на різних аспектах діяльності: на способі соціальної підтримки певних груп населення; на сприянні і підтримці підприємництва; на альтернативному механізмі (на протизвагу державному) у сфері вирішення соціальних проблем; на соціально орієнтованому бізнесі, який має на меті вирішення соціальних проблем; на системі господарювання, складовими якої є соціальні підприємства та ін. Авторками зауважено, що соціальне підприємництво не варто отожденовати з благодійними організаціями чи підприємствами у класичному їх розумінні. Соціальне підприємництво являє собою діяльність, пов'язану з виробництвом соціальної послуги або суспільно значущого продукту. Визначено основні функції та принципи соціального партнерства.

**Ключові слова:** підприємницьке новаторство, соціальна сфера, соціальна про-

блема, соціальне підприємництво, соціальні послуги.

The article analyses social problems as a social phenomenon and the social entrepreneurship sphere of influence. It was noted that the social problem is a complex and multidimensional phenomenon that appears in the conditions of development of any society. The authors interpret a social problem as a situation incompatible with the values of a significant number of individuals, which requires appropriate actions in order to change it for the better.

It is noted that today global business is increasingly concerned with solving social problems. Currently, the phenomenon of entrepreneurship is the focus of attention in socio-economic sciences, which is explained by its role in economic growth, effective influence on social processes, behavior and activities of economically active segments of the population.

Social entrepreneurship is characterized by the authors as a socio-economic innovation, the effort of which is aimed at optimizing the functioning of society's vital activities in those spheres in which contradictions or conflicts manifest themselves most acutely. In the publication, social entrepreneurship is defined as a qualitatively new type of activity that combines entrepreneurial innovation and social orientation, and aims to solve a certain social problem.

Numerous definitions of social entrepreneurship focus on various aspects of activity: on the method of social support of certain population groups; on promotion and support of entrepreneurship; on an alternative mechanism (as opposed to the state one) in the sphere of solving social problems; on a socially oriented business that aims to solve social problems; on the management system, the components of which are social enterprises, etc. The authors noted that social entrepreneurship should not be equated with charitable organizations or enterprises in their common meaning. Social entrepreneurship is an activity related to the production of a social service or a socially significant product. The main functions and principles of social partnership are determined.

**Key words:** entrepreneurial innovation, social sphere, social problem, social entrepreneurship, social services.

УДК 364.467

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2023/62.2.23>

**Гончаренко О.В.,**

канд. пед. наук, доцентка,  
доцент кафедри соціальної роботи  
і менеджменту соціокультурної  
діяльності  
Сумського державного педагогічного  
університету імені А.С. Макаренка

**Іонова І.М.,**

канд. пед. наук, доцентка,  
доцент кафедри соціальної роботи  
і менеджменту соціокультурної  
діяльності  
Сумського державного педагогічного  
університету імені А.С. Макаренка

### Постановка проблеми у загальному вигляді.

Сьогодні феномен підприємництва перебуває в центрі уваги соціально-економічних наук, що пояснюється його роллю в економічному зростанні, дієвим впливом на суспільні процеси, поведінку і діяльність економічно активних прошарків населення. Проте, сучасне підприємництво не обмежується впливом лише на економічну сферу суспільства. Наразі підприємництво пов'язується

з новаторством, ризиком, свободою у виборі і самостійністю у прийнятті рішень, вирішенням соціальних протиріч; його вплив поширився майже на всі сфери життєдіяльності, охопивши ідеологію, культуру, відносини між членами суспільства, перспективи соціального розвитку тощо.

Залучення комерційних підходів до проблем соціальної сфери – це підприємництво з соціальною метою, яке добре зарекомендувало себе

у багатьох країнах світу. Зусилля соціального підприємництва спрямоване на оптимізацію функціонування життєдіяльності суспільства у тих його сферах, в яких протиріччя чи конфлікти проявляються найбільш гостро. Суспільством вони актуалізуються як соціальні проблеми, котрі, будучи складним і багатомірним феноменом, з'являються в умовах розвитку будь-якого суспільства. Досвід зарубіжних країн демонструє, що соціальні проблеми можна і необхідно вирішувати, використовуючи у соціальній сфері економічні (тобто бізнесові) підходи, де підприємство самостійно генерує прибутки, витрачає їх на розв'язання суспільної проблеми й реінвестує у розвиток власної справи. Отже, соціальне підприємництво є активною підприємницькою діяльністю і повноцінним бізнесом, який вирішує суспільну проблему і створює стабільну соціальну цінність.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Підприємництво як предмет теоретико-соціологічного осмислення вивчали Ю. Пачковський, Є. Сірий та ін. Значний внесок у вивчення соціального підприємництва як інноваційної економічної діяльності зробили зарубіжні (С. Алворд, Д. Ф. Спреклі та ін.) та українські вчені (І. Босак, М. Волкова з В. Шевченко, З. Галушка, Н. Горішна, О. Кацьора, А. Свинчук, В. Шаповал та ін.). Концепції соціальних проблем визначали у своїх роботах О. Кацьора, Л. Климанська та ін. Вивченням важливості зарубіжного досвіду для розвитку соціального підприємництва в Україні займалися І. Березняк, О. Кожемяченко з авторами, В. Липчук, Т. Лункіна з Г. Іваненко, А. Свинчук та ін.

І хоча досліджуване питання представлено досить широким колом наукових доробків, проблема соціального підприємництва як інноваційної соціально-економічної діяльності в контексті соціальних проблем потребує більш ґрунтовного вивчення. Особливо гострим воно є наразі для українського суспільства, яке в умовах повномасштабної війни, політичної і соціально-економічної напруженості, пандемії коронавірусної хвороби COVID-19 стикається з багатьма соціальними проблемами. **Метою даної публікації** є висвітлення концептуальних положень та основних характеристик соціального підприємництва як соціально-економічної інновації у сфері вирішення соціальних проблем.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Поняття «соціальна проблема» використовується як в науковому просторі, так і в повсякденному вжитку. Так, зазначене словосполучення часто чуємо у виступах публічних осіб (державних і політичних діячів, громадських активістів та ін.) та повсякденному спілкуванні звичайних людей, зустрічаємо на сторінках друкованих та інтернет-видань, у медійному просторі тощо. Науковці трактують соціальні проблеми як «об'єктивні соціальні

умови, що загрожують нормальному існуванню суспільства», «соціальну патологію, дезорганізацію, дисфункції, протиріччя, структурну напругу» [1, с. 337], «ситуацію, несумісну із цінностями значної кількості індивідів» [4, с. 72] та ін.

Соціальні проблеми роками існують в різних його сферах: освіті, медицині, економіці, охороні довкілля тощо. Часто їх намагаються вирішувати за допомогою державних програм, благодійності чи приватного меценатства. Недолік таких підходів полягає у тривалому очікуванні результатів: спочатку відбувається затвердження програми, потім – голосування, згодом – закладання коштів на її реалізацію у бюджет на наступний рік або збір благодійних внесків. Крім того, знайдені ресурси не борються з причинами проблеми і дають лише можливість мінімізувати або пом'якшити її наслідки; також отримані або зібрані кошти працюють тільки один раз: їх витрачають, вони вже не повертаються, тому доводиться знову шукати фінансування. Тому, вирішенням соціальних протиріч усе частіше переймається бізнес.

Залучення комерційних підходів до проблем соціальної сфери – це підприємництво з соціальною метою, яке добре зарекомендувало себе у багатьох країнах. Соціальне підприємництво активно розвивається в Європі (Велика Британія, Німеччина, Франція, Польща, Італія, Греція, Бельгія, Чехія), Північній та Південній Америці (США, Канада, Бразилія), Азії (Південна Корея, Японія, Тайвань), маючи відмінності у різних країнах світу.

Загальна концепція дослідження вимагає висвітлення ключових понять, основних елементів, структурних характеристик, ознак, моделей соціального підприємництва. Зокрема, у сучасних умовах ринкових відносин актуальним є вивчення інституту підприємництва і його структурних елементів з точки зору соціологічного підходу. Так, автор соціопсихологічної концепції розвитку підприємництва в суспільстві Ю. Пачковський визначає підприємництво як «особливий творчий різновид економічної поведінки та діяльності людини, яка керується особистими вигодами у своїй діловій активності». Акцентуючи увагу на взаємодії усіх сфер соціально-економічного життя задля конструктивного розвитку суспільства, автор зауважує на соціально відповідальній поведінці сучасного підприємця стосовно соціуму [7, с. 11]. За визначенням соціолога Є. Сірого, підприємництво є соціально-економічним феноменом, характерним для всіх типів сучасних суспільств. Разом з цим науковець виділяє структурно-функціональні характеристики даного явища, які віддзеркалюють «потреби суспільства і процеси відтворення і розвитку ресурсних засад суспільного життя» [8, с. 7].

У другій половині ХХ ст. прикметник «соціальне» модифікував поняття «підприємництво», змінивши основне спрямування і місію

цієї діяльності. З'явившись у зарубіжних країнах в середині 1970-х рр., соціальне підприємництво стало інноваційним суспільним явищем у тогочасній соціальній сфері. Утім, єдиного загальноприйнятого визначення досліджуваного явища й досі не сформувалося.

Так, у США соціальним підприємництвом називають «підприємницьку діяльність неприбуткових організацій, спрямовану на вирішення соціальних проблем визначеної цільової групи». В європейських країнах соціальне підприємництво визначається як «бізнес із соціальною місією», оскільки (порівняно зі звичайним підприємництвом) соціальний аспект діяльності переважає над економічною ефективністю. За визначенням міжнародних громадських фондів, зокрема Skoll Foundation (США), Ashoka Foundation (Індія), Schwab Foundation for Social Entrepreneurship (Швейцарія) та ін., соціальне підприємництво розглядається як «інноваційна підприємницька діяльність, яка відбувається з метою соціальних змін у суспільстві» [6, с. 129].

У вітчизняному науковому просторі соціальне підприємництво є порівняно новим явищем, для якого характерна термінологічна невизначеність. За О. Кацьорою, соціальне підприємництво є «інноваційною господарською діяльністю, метою якої є отримання прибутку для спрямування його на вирішення / пом'якшення соціальних проблем, досягнення позитивних змін у суспільстві» [5, с. 7]. Л. Шаульська і Г. Кобаченко визначають соціальне підприємництво як «якісно новий вид діяльності, що поєднує підприємницьке новаторство і соціальну спрямованість, маючи на меті вирішення певної соціальної проблеми» [10, с. 246]. Соціальне підприємництво не варто ототожнювати з благодійними організаціями чи підприємствами у класичному їх розумінні. Як зауважує Г. Швець, від благодійного підприємництва соціальне підприємництво бере свою соціальну направленість, а від традиційного – підприємницький підхід. Соціальне підприємництво – це діяльність, пов'язана з виробництвом соціальної послуги чи суспільно значущого продукту [9, с. 302].

На думку Н. Горішної, соціальне підприємництво варто розглядати як «інноваційну діяльність, спрямовану на вирішення соціальних проблем, здійснення соціальних перетворень та отримання фінансового прибутку». При цьому, зауважує дослідниця, питання пріоритетності цілей діяльності соціального підприємництва залишаються відкритими і дещо дискусійними. Зокрема, більшість авторів вважають, що пріоритетними є соціальні мотиви діяльності (вирішення чи пом'якшення соціальних проблем, досягнення соціальної справедливості, загального добробуту та ін.); інші автори наполягають на рівнозначній цінності економічного і соціального аспектів діяльності соціальних підприємств (виконуючи

соціальну місію, вони є фінансово прибутковими) [2, с. 59].

Отже, можемо стверджувати, що загальноприйнятого визначення поняття «соціальне підприємництво» не існує. Як слушно зауважує з цього приводу Н. Добрава, численні визначення даного поняття акцентують увагу на різних аспектах діяльності соціального підприємництва: на способі соціальної підтримки певних груп населення; на сприянні і підтримці підприємства; на альтернативному механізмові (на протигагу державному) у сфері вирішення соціальних проблем; на соціально орієнтованому бізнесі, який має на меті вирішення соціальних проблем; на системі господарювання, складовими якої є соціальні підприємства та ін. [3, с. 114].

Поява соціального підприємництва науковці пов'язують з об'єктивними чинниками, зокрема з необхідністю зміни ролі держави, бізнесу і громадськості у сфері соціального забезпечення та вирішення соціальних проблем. Також серед чинників автори виділяють такі: зниження ефективності традиційних підходів держави і громадськості до вирішення соціальних проблем; поглиблення нерівності між країнами і соціальними групами всередині окремих держав, що несло загрози щодо виникнення політичних і соціально-економічних криз; розширення переліку соціальних потреб населення, яке викликало необхідність в трансформації (індивідуалізації і диверсифікації) соціальних послуг; зростання кількості неприбуткових організацій, що викликало появу конкуренції між ними за ресурси держави та благодійних фондів; удосконалення процесу управління благодійними фондами (за аналогією управління бізнес-структурами), що підвищило вимоги донорських організацій до фінансової відповідальності отримувачів грантів.

Соціальне підприємництво виступає одним з перспективних напрямків розвитку для соціальної політики будь-якої держави. Враховуючи зазначене, перелічимо функції, які притаманні соціальному підприємництву: соціальна (вирішення соціальних проблем); економічна (розвиток економіки, створення нових робочих місць і підвищення фінансової спроможності неприбуткових організацій); новаторська (впровадження інноваційних форм підприємницької діяльності, генерування і реалізація нових комерційних ідей задля вирішення соціальних проблем); мобілізуюча (залучення громадян до участі у соціальних ініціативах, підвищення їх активності з метою вирішення власних соціальних проблем); мотиваційна (формування стимулюючого механізму для діяльності неприбуткових організацій з метою підвищення фінансової незалежності). Основними принципами соціального підприємництва слід вважати: соціальне партнерство і прозорість взаємин держави й бізнесу; добровільність

та ініціативність з боку суб'єкта господарювання; системність державної політики, розділення політичних, економічних і господарських функцій; раціональність та ефективність інституціонального забезпечення [5, с. 8].

Отже, соціальне підприємництво є активною підприємницькою діяльністю, повноцінним бізнесом, за допомогою якого можна вирішувати соціальні проблеми. Автори акцентують увагу на низці переваг соціального підприємництва. Зокрема, соціальним підприємництвом можуть займатися як окремі команди або групи людей, так і громадські організації. Соціальними можуть стати комерційні бізнеси, які вже існують і хочуть здійснювати соціальний вплив на постійній основі (тобто інтегрувати соціальну складову у свою бізнес-модель).

**Висновки.** Підсумовуючи викладене, можемо стверджувати, що поява соціального підприємництва ознаменувала трансформацію класичного бізнесу, яка змінила його пріоритети з отримання прибутків на вирішення соціальних проблем або допомогу суспільству. Соціальне підприємництво стало мультидисциплінарним вченням, адже до його аналізу долучаються представники різних наук: економіки, соціології, психології, теорії соціальної роботи та ін. Цим можна пояснити розбіжності у тлумаченнях соціального підприємства. Проте, єдине, що об'єднує більшість існуючих визначень, – це мета діяльності соціального підприємництва, яка спрямована на користь суспільства та його сталий розвиток.

Соціальне підприємництво, як спосіб вирішення соціальних проблем, набуло значного поширення у всьому світі. Натомість в нашій країні воно поки що вважається новаторським суспільним сегментом, який є відкритим не тільки для досліджень, але й для розвитку та удосконалень. Відповідно з цим, перспективами подальших наукових

розвідок визначаємо висвітлення закордонного досвіду успішного соціального підприємництва та перспектив його розвитку в Україні.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Буяшенко В. В. Соціальна проблема як предметне поле діяльності соціального піклування. *Гілея: філософські науки*. 2009. Випуск 62. С. 337–346.
2. Горішна Н. М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії. *Науковий вісник ужгородського університету*. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота». 2016. Випуск 2 (39). С. 58–61.
3. Добрава Н. В. Соціальне підприємництво. *Економічні інновації*. 2015. Вип. 59. С. 112–117.
4. Кацьора О. Теоретичні основи аналізу соціальних проблем. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. Вип. 86. Запоріжжя. 2020. С. 71–76.
5. Кацьора О. В. Формування соціального підприємництва в контексті соціальних проблем (на прикладі Закарпатської області): автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04. Київ, 2021. 22 с.
6. Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6, Ч. 2. С. 129–132.
7. Пачковський Ю. Ф. Психологія підприємництва: навчальний посібник. Київ: Каравела, 2007. 416 с.
8. Сірий Є. В. Підприємництво як предмет теоретико-соціологічного осмислення: монографія / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Факультет соціології. Київ. 2008. 392 с.
9. Шаульська Л. В., Кабаченко Г. С. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці. *Економіка і організація управління*. 2016. №2(22). С. 300–309.
10. Швець Г. О. Соціальне підприємництво: теоретичні та практичні аспекти. *Економіка та організація управління*. 2020. №3(39). С. 243–251.