

# ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

---

УДК 316.354:351/354

## СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК НАПРЯМ СОЦІАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ

*О. О. Набатова, кандидат економічних наук  
Національний університет «Юридична академія України  
імені Ярослава Мудрого»*

*Проаналізовано і типологізовано сучасні тлумачення поняття «соціальне підприємництво». Розкрито ознаки цього феномену. Виявлено відмінність між соціальним підприємництвом і комерційними структурами, некомерційними організаціями та соціально відповідальним бізнесом. Схарактеризовано основні напрями діяльності соціальних підприємств. Розглянуто стан та перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні.*

***Ключові слова:** соціальне підприємництво, некомерційні організації, соціально відповідальний бізнес, «третій сектор».*

***Постановка проблеми.** Сучасний розвиток підприємництва у світі характеризується актуалізацією соціальної спрямованості бізнесу (кооперативний рух, державно-приватне партнерство, мікрофінансування, корпоративна соціальна відповідальність, «венчурна філантропія» тощо). Такі спроби поєднати економічну ефективність бізнесу із суспільними потребами у розв'язанні соціальних проблем мають об'єктивні передумови: неефективність традиційних заходів держави та некомерційних організацій (НКО) щодо розв'язання низки соціальних проблем; стале існування поряд із ринковими неринкових сегментів господарської системи (з одного боку, це може вважатися бар'єром, але з другого — невикористаним ресурсом розвитку); поглиблення нерівності між соціальними групами і країнами; потреба в індивідуалізації і диверсифікації соціальних послуг; концентрація донорських коштів у великих НКО, їх подальша бюрократизація, зниження ефективності діяльності; комерціалізація сфери суспільних послуг, що має наслідком зростання конкуренції між НКО і бізнесом за цю нішу [1].*

У зв'язку з цим на початку XXI ст. соціальне підприємництво стало предметом великих суспільних очікувань. Все частіше воно визнається новою перспективою розвитку або «третього сектору», або бізнесу, або навіть соціальної політики держави. Саме соціальне підприємництво, маючи потужний потенціал синергії взаємодії бізнесу і суспільства, відповідає потребам сучасної епохи у створенні нових моделей соціально-інноваційної діяльності. Найкраще, на наш погляд, сутність соціального підприємництва схарактеризував Б. Драйтон, засновник компанії «Ашока» — глобальної асоціації лідерів соціального підприємництва, зазначивши, що «соціальні підприємці не обмежуються тим, щоб просто дати людині рибу, або навчити, як її ловити. Вони не заспокояться доти, доки не революціонізують саму рибну галузь» [цит. за: 2]. Грунтуючись на підприємстві та інноваціях, соціальне підприємництво спрямовано на розв'язання соціальних проблем шляхом залучення та комбінування ресурсів таким чином, аби створити здатний до самовідтворення і розширення механізм виробництва і надання соціального блага. При цьому формується нове економічне середовище.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останніми роками тема соціального підприємництва привернула увагу багатьох представників суспільних наук — економістів, соціологів, політологів. Економічні дослідження із цієї проблематики спрямовані на створення концепції соціального підприємництва, окреслення його характерних рис, визначення його ефективності і ролі у розв'язанні проблем сучасності, порівняння досвіду створення соціальних підприємств у США та Західній Європі [1–6]. Проте, незважаючи на неабиякий інтерес до цієї проблематики, через відносну новизну терміна, різноманіття соціальних ініціатив, що розрізняються за масштабами, цільовими групами і країнами, специфіка соціального підприємництва, його межі та реальне значення залишаються недостатньо дослідженими.

Крім того, усвідомлення неможливості вивчення господарських процесів лише з вузькоекономічних позицій обумовило необхідність збагачення і класичної теорії підприємництва за рахунок досягнень суміжних напрямів соціально-економічних досліджень, серед яких можна зазначити концепцію соціального капіталу, теорію взаємного впливу суб'єктів мікрорівня на соціально-економічну систему [7], теорію інституційного підприємництва [2], концепцію філантрокапіталізму [8] та ін.

У зв'язку з цим коло питань з теорії соціального підприємництва значно розширилося: потребують дослідження роль соціальних підприємців у господарській системі та їх здатність щодо системних змін і забезпечення сталого розвитку; можливість переносити практики соціального підприємництва в інші географічні і соціальні умови; його відмінності у розвинених економі-

ках та таких, що розвиваються; інституційні чинники розвитку соціального підприємництва тощо.

**Формулювання цілей.** Основними завданнями статті є дослідження поняття «соціальне підприємництво» шляхом аналізу та типологізації його сучасних тлумачень, виявлення основних характеристик і форм соціального підприємництва, його відмежування від традиційної комерційної діяльності, діяльності НКО, соціальної відповідальності бізнесу, а також аналізу стану і перспектив розвитку соціального підприємництва в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Ключовим словом в категорії соціального підприємництва є «підприємництво» як особливий тип поведінки на ринку. Класики теорії підприємництва розкрили його основні властивості: створення цінності шляхом переміщення економічних ресурсів до більш продуктивної сфери (Ж. Б. Сей); «творче руйнування» як перетворююча діяльність, головним суб'єктом якої є підприємець — інноватор і каталізатор економічного прогресу (Й. Шумпетер); пошук змін (у технологіях, споживчих перевагах, соціальних нормах тощо) і використання можливостей (П. Друкер); «гонитва за можливостями без урахування ресурсів, якими володієш у даний момент», тобто здатність підприємців, на відміну від менеджерів-адміністраторів, знайти і мобілізувати додаткові ресурси інших для досягнення власних цілей (Г. Стівенсон). Як бачимо, теоретики підприємництва акцентують увагу на його новаторському аспекті, а не на критерії економічної ефективності. Це дозволяє застосовувати такий підхід і в соціальній сфері та розглядати соціальне підприємництво як один з типів підприємництва, а також як напрям соціально-інноваційної діяльності, оскільки підприємець виконує роль активного економічного суб'єкта, який здатен змінювати соціальні практики.

На сьогодні серед дослідників немає єдності щодо визначення терміна «соціальне підприємництво» (СП). Більшість тлумачень цього феномену можна поєднати у три основні групи [3; 9; 10].

1. Перша група визначень акцентує увагу на тому, що СП — це створення комерційних підприємств із соціальною метою. Тут можливі два варіанти: створення соціальних підприємств з позицій бізнесу або НКО. Перший варіант є більш притаманним європейським країнам. Суб'єктом СП тут виступають підприємства бізнесу з вираженою соціальною місією — «дохідні венчурні підприємства, організовані для розширення економічних можливостей незаможних верств населення, й одночасно орієнтовані на отримання прибутку» [цит. за: 1]. У США, на відміну від Європи, суб'єктами СП у більшості випадків є неприбуткові організації. Тому соціальні підприємства розглядаються як форма «підприємницької, комерційної діяльності, котру використовують організації громадянського суспільства для створення доходу і тим самим посилення результативності своєї місії» [4].

Узагальнюючи американський і європейський досвід, К. Алтер — керівник консалтингової фірми, що спеціалізується на питаннях управління СП, — визначає соціальне підприємство як «будь-яке венчурне підприємство, створене із соціальною метою — пом'якшення чи скорочення соціальної проблеми або усунення «провалів» ринку, що функціонує на основі фінансової дисципліни, інновацій та порядку ведення справ, прийнятого в приватному секторі» [5].

2. Друга група визначень СП підкреслює значущість інноваційної діяльності соціальних підприємців, що спрямована на досягнення істотного соціального ефекту. За Й. Шумпетером, інноваційний розвиток полягає у тому, аби «змінювати взаємозв'язки речей і сил, з'єднувати між собою речі і сили, які зустрічаються нам окремо один від одного, і вивільняти речі і сили з їх колишніх взаємозв'язків» [11, с. 72]. Йдеться не просто про чудернацьке комбінування, а про механізм перетворення і якісного розвитку. Г. Діз, описуючи СП як поєднання «ентузіазму соціальної місії з діловою дисципліною, інноваційними підходами та рішучістю», виділяє п'ять його визначальних чинників: місія створення та підтримання соціальної цінності (блага); виявлення та використання нових можливостей для реалізації обраної місії; здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання; рішучість дій, що не обмежується наявними ресурсами; висока відповідальність підприємця за свої дії [6].

3. Третя група визначень розглядає СП як спосіб каталізації суспільних трансформацій, що приведуть до набагато більш широких і довгострокових змін, ніж це передбачає початковий фокус розв'язуваної проблеми. Такий підхід використовується у більшості міжнародних фондів, створених для розвитку та підтримання цього напряму соціально-економічної діяльності («Ашока» (США), фонди Шваба (Швейцарія) та Сколла (США) тощо). Р. Мартін та С. Осберг (Фонд Сколла) виділили три складові СП: «1) виявлення стійкої, але несправедливої рівноваги, що зумовлює соціальне виключення, маргіналізацію або страждання частини суспільства, якій не вистачає коштів або політичних важелів для досягнення соціального блага; 2) виявлення соціальним підприємцем у межах несправедливої рівноваги можливості для виробництва соціального блага; 3) поступове досягнення нової рівноваги, що звільняє прихований потенціал або полегшує страждання цільової групи шляхом створення стабільної екосистеми навкруги нової рівноваги» [цит. за: 2]. Як приклад соціального підприємництва С. Осберг наводить Р. Редфорда, який у 1970-х роках подолав небажану «рівновагу» — експансію Голлівуда, здійснивши серію інновацій, що допомогли створити в США індустрію незалежного кіно, яке стало культурним явищем світового масштабу.

Слід зазначити, що між наведеними підходами до визначення СП немає суттєвих суперечностей, оскільки властивості, на яких акцентують увагу одні,

не заперечуються іншими. По суті, вони доповнюють один одного, описуючи певну частину явища. Визначення соціальних підприємств багато в чому залежать від емпіричного фокусу — від організацій, які використовуються як база дослідження. Якщо це комерційні підприємства, то визначення акцентують увагу на адекватності механізму та результатів їх роботи заявленим соціальним цілям і пов'язаним з ними інтересам стейкхолдерів. Якщо це НКО, то більша увага приділяється їх фінансовій стійкості та здатності до ефективного менеджменту. Якщо це організації змішаного типу, то акцент зміщується у сферу соціальних перетворень та інновацій, що здійснюють ці організації незалежно від організаційної форми та конкретного співвідношення соціальних і економічних цілей.

М. Едвардс виділяє низку критеріїв СП [8]:

- використання інноваційних методів для вирішення соціальних завдань на основі залучення ідей і ресурсів різних секторів та організацій;
- отримання усіх або більшої частини доходів від комерційної діяльності (а не грантів, приватних пожертвувань, членських внесків), але без розподілу прибутку в приватних цілях;
- безпосередня участь у виробництві і (або) продажу товарів та послуг, насамперед у сфері освіти, охорони здоров'я, екології, соціального захисту, розвитку організацій та зайнятості;
- управління організацію з використанням інклюзивних і демократичних принципів за участю усіх зацікавлених осіб (стейкхолдерів) та високим рівнем автономії.

Отже, соціальне підприємництво — це діяльність, що має три орієнтири: соціальний, ринковий та інноваційний. Для більш чіткого розуміння цього феномену необхідно окреслити його межі, тобто виявити різницю між соціальним підприємництвом та комерційними структурами, некомерційними організаціями та соціально відповідальним бізнесом.

Як уже зазначалося, корені СП лежать у «підприємстві», а «соціальність» лише визначає його характерні риси. Відмінність між традиційним і соціальним підприємництвом полягає у визначенні цінностей та оцінюванні результативності. У першому випадку — це ринкова цінність, що може бути виражена в категорії доходу і прибутку, у другому (СП) — це соціальна цінність, що виражається у переважанні, яке отримує значна частина суспільства або суспільство в цілому. І якщо ефективність традиційних підприємств вимірюється фінансовими результатами, то для соціальних підприємств — це суміш фінансової і соціальної віддачі. Прибуток залишається метою, але не кінцевою — він реінвестується в реалізацію соціальної місії, головною метою є отримання прибутку при максимальному соціальному ефекті.

Крім того, ринковий товарообмін, ринкові ресурси використовуються соціальним підприємцем як один із засобів досягнення мети, проте не єдиний, а іноді й не головний. Використання неринкових ресурсів і форм обміну (волонтерська праця, обмін дарами, добровільний нееквівалентний обмін тощо) є своєрідним засобом подолання обмеженості ресурсів. Тому для СП характерне заповнення сфер, не зайнятих стандартним бізнесом, сфер, де межують різні інституційні середовища, що зумовлює поєднання ринкових та неринкових форм взаємодії, пошук можливостей конвертації соціального, культурного та інтелектуального капіталів в економічний та ін. Тим самим соціальні підприємці виступають як інституційні новатори.

З другого боку, багато дослідників розглядають СП як новий етап у розвитку «третього сектору», організації якого є невід'ємною частиною громадянського суспільства і відіграють значну роль, створюючи нові робочі місця, конкурентне середовище на ринках соціальних, освітніх та медичних послуг. Проте, незважаючи на схожість цілей, їх діяльність не завжди відповідає духу та ідеології соціального підприємництва. Р. Мартін та С. Осберг (Фонд Сколла) вказують на різницю, по-перше, між СП і підприємствами соціального обслуговування. Останні ніколи не виходять за межі своєї сфери діяльності, залежні від ресурсів ззовні, орієнтовані на певну цільову групу і тому не спричиняють системних змін. По-друге, соціальні підприємці — це не соціальні активісти. Останні створюють умови і сприяють проведенню соціальних перетворень, діючи опосередковано, а соціальне підприємництво передбачає пряму дію, безпосередній вплив на процес [12].

Дж. Босчі та Дж. Макклург вважають основним критерієм розмежування НКО і СП самоокупність: «доки НКО не почне отримувати дохід від власної діяльності, вона не може вважатися підприємницькою організацією, оскільки не може бути економічно стійкою і самостійною» [цит. за: 12]. Разом з тим НКО може займатися окремими формами дохідної діяльності, не перетворюючись при цьому на соціальне підприємство. Критерієм перетворення, на думку К. Альтер, є не стільки масштаби та частка прибуткової діяльності, скільки те, чи функціонує і управляється підприємство «як бізнес», коли прибуткова діяльність стратегічно призначена для виробництва блага, орієнтована на довгострокові цілі і постійно відтворюється. Із цього приводу авторка наводить два приклади. Національний зоопарк у Вашингтоні продає послід слонів як екзотичне добриво. Проте прибуткова складова від цього інноваційного рішення є незначною. Використовуючи той самий ресурс, зоопарк у Бангкоці створив дохідний бізнес — виробництво високоякісного паперу ручної роботи і паперової продукції преміум класу. При цьому прибуток використовується для фінансування діяльності зоопарку та розвитку організацій захисту тварин, що надає другому прикладу ознаки соціального підприємництва [5].

СП близьке також до соціально відповідальної практики бізнесу та соціально відповідального бізнесу. Особливістю компаній, що практикують соціальну відповідальність, є те, що, будучи орієнтованими на вирішення фінансових завдань, вони займаються ще й філантропією, яка допомагає їм досягти максимізації прибутку і зайняти бажану позицію на ринку, роблячи при цьому внесок у суспільне благо. Як приклад К. Альтер наводить компанію «Аманко», яка займається виробництвом труб для іригаційних систем у Латинській Америці [5]. Маючи дві фабрики в Аргентині, «Аманко» розпочала там кампанію з інтеграції місцевого співтовариства — залучила незаможну молодь до роботи з розвитку регіону (відновлення лісу, збирання вторинної сировини — алюмінію, газет та скла для продажу переробним підприємствам). Отримані кошти використовуються для придбання шкільного приладдя, інструментів, зерна та ін.

Що стосується соціально відповідального бізнесу, то до нього належать прибуткові компанії, які мають подвійну мету — отримання прибутку і соціальної користі. Наприклад, холдинг «Секем» в Єгипті — це багатопрофільне підприємство, яке розпочало свою діяльність із зменшення застосування пестицидів на бавовняних полях на 90 % і розвинулося до заснування медичного центру, університету, шкіл та центру освіти дорослих. Отже, саме соціально відповідальний бізнес є найбільш близьким до СП, оскільки у ньому економічна і соціальна складові поєднуються найщільніше, що принципово змінює і стратегію, і практику ведення бізнесу.

Осередком СП К. Альтер розглядає «гібридні» організації, що поєднують діяльність, орієнтовану на прибуток, з неприбутковою діяльністю. Залежно від характеру такого поєднання, ступеня інтеграції соціальної програми та бізнес-активності соціальні підприємства поділяються на [5]:

«вбудовані» — бізнес-діяльність організована спеціально і безпосередньо для реалізації соціальної програми НКО, що стає в результаті самоокупною і стійкою. Такі соціальні підприємства, як правило, реєструються як неприбуткові, хоча за умов сприятливого законодавства можуть належати і до прибуткових. Цей тип інтеграції породжує найбільшу різноманітність моделей соціальних підприємств;

інтегровані — бізнес-діяльність лише частково покриває витрати НКО в рамках її соціальної програми і організується не стільки для здійснення місії, скільки як механізм фінансового підтримання соціальної програми НКО. Це може відбуватися через комерціалізацію послуг НКО або через пропозицію додаткових (платних) послуг певному колу клієнтів;

«екстерналізовані» — бізнес-діяльність не пов'язана із соціальними програмами і місією організації. Такі соціальні підприємства позбавлені можливостей використання ефекту синергії, який різною мірою живить діяльність

перших двох варіантів. Матеріальні та нематеріальні активи НКО не можуть бути використані соціальним підприємством через відмінності у характері і сферах діяльності обох організацій. Тому його основне завдання — бути прибутковим, заробляти кошти для реалізації соціальної місії НКО.

Соціальні підприємці у розвинених країнах працюють практично в усіх галузях економіки і суспільного життя — від охорони здоров'я і соціального захисту до альтернативної енергетики, від роздрібної торгівлі до перероблення сміття. Наразі діяльність СП концентрується на таких напрямках:

1) інтеграція у суспільне життя соціально незахищених категорій населення (інвалідів, застійних безробітних, безпритульних, колишніх в'язнів, осіб, що позбавилися алкогольної і наркотичної залежності, «важких» підлітків тощо), насамперед працевлаштування. Прикладом цього є «Оселя» (м. Львів) — неприбуткова громадська організація, яка підтримує бездомних та створила спільноту, де вони разом живуть і, пройшовши навчання, працюють (ремонтують та реставрують меблі). Ще одним прикладом є «Школа фермерів» (Пермський край, Росія), яка займається соціалізацією, адаптацією до самостійного життя і навчанням сиріт фермерській справі для подальшого працевлаштування та життя на землі;

2) залучення населення до підприємницької діяльності шляхом надання фінансової допомоги соціально незахищеним верствам (мікрокредитування). Яскравим прикладом цього є діяльність Нобелівського лауреата премії миру 2006 р. М. Юнуса, який заснував Grameen bank і сформував образ сучасного соціального бізнесу. Сутність його проекту полягає у створенні і тиражуванні нової інституційної моделі мікрофінансування (надання під низький відсоток невеликих кредитів без застави для розвитку малого, як правило, сімейного, бізнесу), що стало ефективним інструментом боротьби з бідністю і стимулювання активності незаможних верств населення;

3) реалізація проектів екологічної спрямованості. Наприклад, організація «Conserve» (Індія) виробляє широкий набір продукції з пластикових відходів, розв'язуючи одразу дві проблеми великого міста — перероблення сміття і зубожіння населення міських окраїн, з якого й складаються групи збірників сміття;

4) виробництво і продаж продукції для соціально незахищених груп населення за пільговою ціною. Так, Інститут здоров'я одного світу є першою у світі некомерційною фармацевтичною компанією, яка зруйнувала традиційні уявлення про неконкурентоспроможність бізнесу з виробництва ліків для бідного населення країн, що розвиваються, перебудувавши увесь ланцюжок отримання доходу від розроблення ліків до їх доставки.

Водночас, незважаючи на явні переваги СП, деякі дослідники вказують на загрози та небезпеки, що можуть супроводжувати його розвиток:

- фетишизація бізнес-методів із зміщенням соціальних цілей на другий план;
- намагання усунути симптоми соціальної хвороби, а не розв'язати її причину. Так, дослідження СП в Індії довели, що, незважаючи на певну економічну та споживацьку активізацію маргінальних цільових груп, люди не перетворювалися на господарів своєї долі і не інтегрувалися в суспільство;
- фінансова нестійкість, а також складність «виходу на масштаб»;
- загострення суперечностей між економічною ефективністю і соціальними завданнями, конкуренцією і колективними діями, необхідністю економічного аналізу та невимірюваністю соціальних наслідків підприємницьких дій.

Узагальнюючи свою критику СП та філантропії, М. Едвардс зазначає: «Світові потрібен більший вплив громадянського суспільства на бізнес, а не навпаки, більше кооперації, а не конкуренції, більше колективної дії, а не індивідуалізму, і більше бажання працювати спільно для зміни основ суспільства, які утримують більшість населення Землі у бідності, тоді як ці люди могли б жити інакше» [8]. Разом з тим він погоджується, що у певних галузях розвиток СП є не тільки можливим, а й бажаним. Найцікавішою сферою діяльності СП М. Едвардс вважає «загальне» (багатство, яке ми отримуємо у спадок або створюємо разом). Це, наприклад, програмне забезпечення з відкритим кодом (безкоштовне ліцензійне програмне забезпечення, вироблене не Microsoft); економіка територіальних громад; фірми, що належать співробітникам, які збільшують контроль громадян над виробництвом і розподілом створюваних бізнесом доходів; кооперативи; взаємні фонди та ін.

Для України тема СП має ще й своє специфічне значення. По-перше, СП може виявитися перспективною формою пом'якшення наслідків економічної кризи або навіть способом розв'язання застарілих соціально-економічних проблем. По-друге, розвиток СП є чинником та каталізатором розвитку громадянського суспільства. По-третє, СП, створюючи різноманітні за способами комбінування ресурсів, формами обміну та взаємодії людей, економічними і соціальними результатами бізнес-моделі, є осередком соціальних інновацій, вкрай необхідних нашому суспільству [14].

Проте, незважаючи на високу суспільну значущість, розвиток СП в Україні стикається із такими значними перепонами:

- неінституціоналізованість, відсутністю самого терміна «соціальне підприємство» в українському правовому полі. Використання цього поняття ініціюється тільки міжнародними донорськими і консультативними організаціями;
- відсутністю суспільно визнаних зразків моделей соціального підприємства, недостатністю позитивного досвіду у цій сфері;

– нерозвиненістю інфраструктури підтримання соціальних підприємств як у «третьому секторі» (через його незначні масштаби, низьку ефективність), у бізнесі (в результаті ускладненого розвитку малого бізнесу; фрагментарного характеру поширення корпоративної соціальної відповідальності, що обмежує участь великих бізнес-структур у розв'язанні соціальних проблем окремими акціями та переносить акцент із соціально незахищених груп населення на персонал компанії), так і у державі (оскільки основним джерелом соціальних ініціатив і програм держава розглядає тільки себе). СП на Заході, будучи свого роду творчим запереченням і традиційного бізнесу, і традиційної діяльності НКО, спирається, тим не менш, на сформовані у цих секторах розвинені мережі. Внаслідок цього з'являються унікальні моделі комбінації ресурсів, комунікацій, інформації, різних форм кооперації та обміну послугами. В українських умовах цей ресурс підтримання є вкрай обмеженим;

– проблема залучення коштів на початковому етапі розвитку підприємництва, відсутність спеціальних кредитних програм. В Європі та США інвестиції прийшли у формі венчурної філантропії. В США джерелом венчурного капіталу стали приватні благодійні фонди. В Європі, крім приватних коштів, доступні кредити та інвестиції надає держава. Однією з небагатьох ініціатив у цьому напрямі в Україні стало створення у 2010 р. за ініціативою Британської Ради та «Ерсте Банку» проекту «Сприяння соціальному підприємництву». Учасники проекту (80 соціальних підприємців з Львівської, Донецької областей та Криму) пройшли навчання, отримали юридичну та консультативну підтримку. За результатами конкурсу було відібрано найкращі бізнес-плани, які одержали подальшу підтримку. З них уже працюють «Оселя» та Медичний реабілітаційний центр «Здоров'я» (м. Новоазовськ, Донецька обл.), що спеціалізуються на реабілітації пацієнтів з хворобами нервової системи, суглобів та хребта, лікуванні дітей з ДЦП (частково безоплатно), а також працевлаштовують безробітних та людей з обмеженими можливостями;

– низький ступінь прихильності громадян до цінностей соціальної солідарності, байдужістю до проблем, які не стосуються їх особисто.

**Висновки.** Соціальне підприємництво як напрям соціально-інноваційної діяльності може стати одним з механізмів розв'язання соціальних проблем і трансформації суспільства. Значення СП для господарської системи полягає у такому:

– підвищення економічної ефективності шляхом уведення до економічного обороту ресурсів, що не використовувалися раніше (відходи виробництва, соціально виключені групи, солідарність і довіра тощо), а також використання нових комбінацій наявних ресурсів;

– здатність змінювати або створювати нові суспільні практики, інститути та структури, що прискорює соціальну трансформацію. Наприклад, розвиток

мікрофінансування перетворив класичний кредитний підхід «вірю не особі, а речі», закладено ще у римському праві, на «вірю не речі, а особі», що надало можливість небагатим людям генерувати доходи від підприємницької діяльності та підвищити свій рівень життя;

– зняття соціального напруження у суспільстві, зумовленого значним соціально-економічним розшаруванням, шляхом включення соціально уразливих верств населення в економічну діяльність, надання їм можливості заробітку, відкриття для них соціальних ліфтів.

Для України підприємництво як джерело ресурсів для розв'язання соціальних проблем поки що залишається незатребуваним резервом. Тому подальші дослідження цього феномену потребують аналізу умов перетворення підприємницького потенціалу на дієвий ресурс підвищення рівня життя населення, розвитку громадянського суспільства, визначення пріоритетних напрямів активності бізнесу у соціальній сфері.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования [Электронный ресурс] / А. А. Московская, М. А. Аларичева, А. И. Албутова и др. — Режим доступа : <http://lib.rus.ec/b/376509/read#t3>.
2. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России [Электронный ресурс] / М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина. — М., 2007. — Режим доступа : [socpolitika.ru>r/us/ngo/research/document9919.shtml](http://socpolitika.ru/rus/ngo/research/document9919.shtml).
3. Антонникова, Н. А. Использование концепции социального предпринимательства для решения социальных проблем: применимость в российском контексте [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [hse.ru>data/682/668/1234/Антонникова... Социально.doc](http://hse.ru/data/682/668/1234/Антонникова...Социально.doc).
4. Керлин, Д. А. Социальные предприятия в США и Европе: Понять различия и извлечь из них уроки [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://www.socpolitika.ru/files/Социальные\\_предприятия\\_в\\_Европе\\_и\\_США\\_переводчик.pdf](http://www.socpolitika.ru/files/Социальные_предприятия_в_Европе_и_США_переводчик.pdf).
5. Alter, Kim. Social Enterprise Typology [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.virtueventures.com/resources/setypology>.
6. Dees, I. G. The Meaning of Social Entrepreneurship [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.caseatduke.org/documents/deessedef.pdf>.
7. Экономические субъекты постсоветской России / под ред. Р. М. Нуреева. — М. : МОНФ, 2003. — 319 с.
8. Эдвардс, М. «Филантрокапитализм»: суть дела [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/filantrokapitalizm-sut-dela.html>.
9. Социальное предпринимательство — это... [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://sesp.org.ua/web/sesp/sesp-RU.nsf/0/1F1FB01B0769E4EEC225796D004DC73B>

10. Сестренский, О. Социальное предпринимательство: сила новых идей [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/sotsialnoe-predprinimatelstvo-sila-novyh-idey.html>.
11. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. — М. : Прогресс, 1982. — 358 с.
12. What is a Social Entrepreneur? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.schwabfound.org/sf/SocialEntrepreneurs/index.htm>.
13. Кротенко, А. Обзор «Социальное предпринимательство» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://cloudwatcher.ru/index.php?p0=analytics/1/view/21#ftn9>.
14. Каминник, И. Социальное предпринимательство на Украине: каким оно должно быть? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.cmdp-kvorum.org/civil-society/647>.

## СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

Набатова О. А.

*Проанализированы и типологизированы современные трактовки понятия «социальное предпринимательство». Раскрыты характерные признаки этого феномена. Показана разница между социальным предпринимательством и коммерческими структурами, некоммерческими организациями и социально ответственным бизнесом. Охарактеризованы основные направления деятельности социальных предприятий. Рассмотрены условия и перспективы развития социального предпринимательства в Украине.*

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, некоммерческие организации, социально ответственный бизнес, «третий сектор».

## SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A DIRECTION SOCIO-INNOVATIVE ACTIVITY OF ECONOMIC SUBJECTS

Nabatova O. A.

*The analysis and typology of modern interpretations of the term «social entrepreneurship» are carried out, the characteristics of this phenomenon are disclosed. The difference between a social enterprise and business organizations, nonprofit organizations, and socially responsible business are showed. The main activities of social entrepreneurship are described. The conditions and prospects of development of social enterprise in Ukraine are considered.*

**Key words:** social entrepreneurship, nonprofit organizations, socially responsible business, «the third sector».