



SGP The GEF
Small Grants
Programme
UKRAINE



Empowered lives.
Resilient nations.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

*НА ОСНОВІ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ПОСІБНИКА
«ЕКОЛОГО ОРІЄНТОВАНЕ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У ГРОМАДІ» О.ЧУЙКО, В.ШКУРО*

Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю була прийнята Генеральною Асамблеєю ООН 13 грудня 2006 року. Україна підписала її 24 вересня 2008 року, ратифікувала – 16 грудня 2009 року.

Згідно статті 1 Конвенції, люди з інвалідністю мають стійкі фізичні, розумові, інтелектуальні чи сенсорні порушення, що можуть заважати повноцінній і дієвій участі їх у житті суспільства нарівні зі всіма.

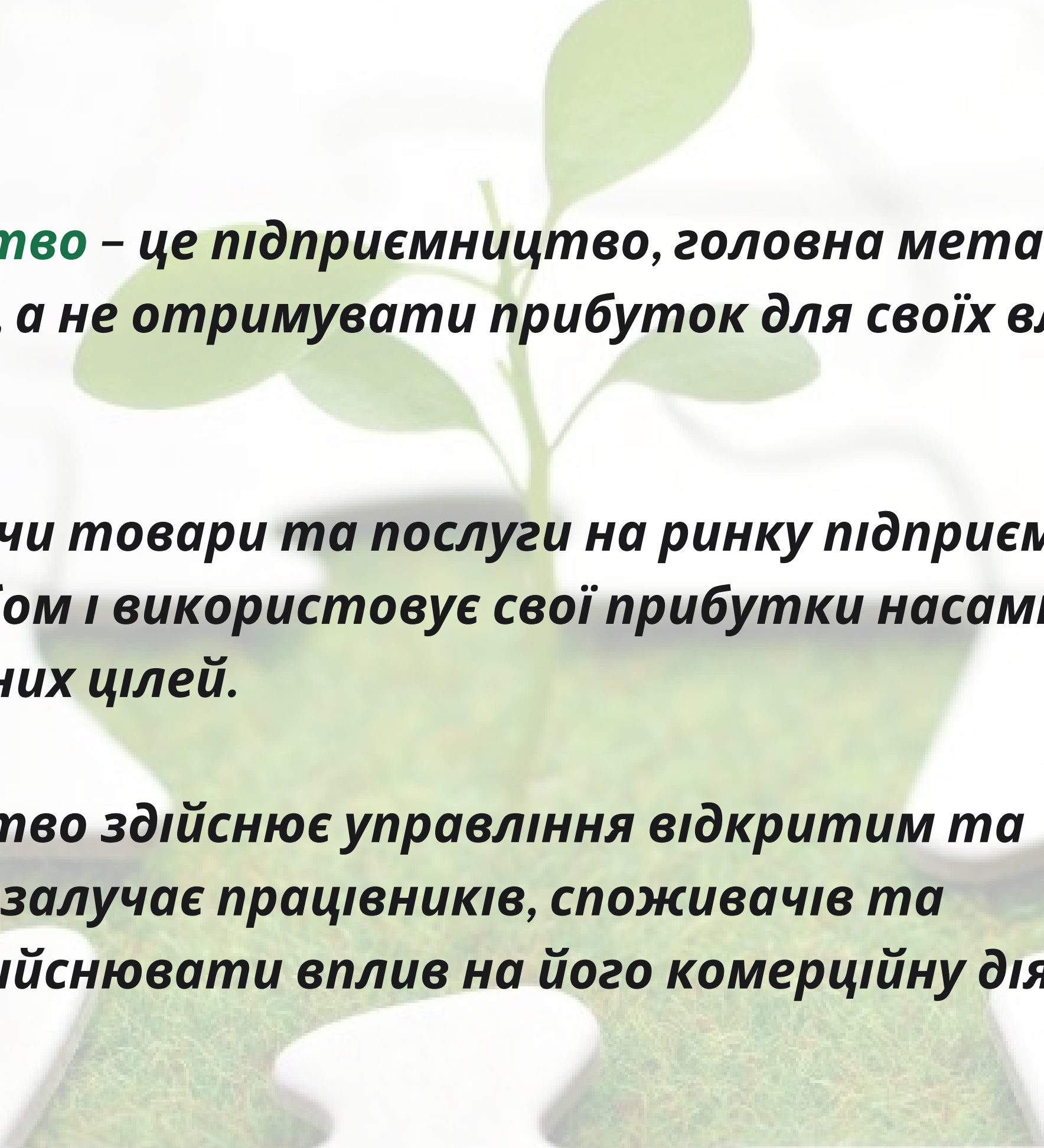
Країни – учасниці гарантують громадянам, що особи з інвалідністю мають ті ж права, що і всі інші, реалізуючи гасло «Всі різні – але всі рівні».

Відповідно до п.2 Цілі сталого розвитку 10 "Скорочення нерівності в середині країн і між ними" необхідним визнається підтримка законодавчим шляхом та заохочення до активної участі усіх людей у соціальному, економічному і політичному житті незалежно від їхнього віку, статі, інвалідності, раси, етнічної належності, походження, релігії та економічного чи іншого статусу.

Також, згідно зазначеної конвенції країнам запропоновано відмовитися від традиційного, «медичного» підходу до інвалідності, що концентрується виключно на проблемах здоров'я на користь «соціального» розуміння інвалідності як результату взаємодії осіб з інвалідністю з перешкодами у спілкуванні, стосунках і середовищі. Повноцінна та ефективна інтеграція осіб з інвалідністю в життя суспільства можлива за умов усунення різнорівневих бар'єрів: інституційних, архітектурних, ментальних, фізичних, інформаційних, в освітньому просторі, в рекреаційній сфері.

Різні тлумачення поняття «інвалідність» спричинили існування відмінних моделей інвалідності, що приймають за основу при формуванні соціальної політики держави.





Соціальне підприємництво – це підприємництво, головна мета якого мати соціальний вплив, а не отримувати прибуток для своїх власників чи акціонерів.

Воно функціонує, надаючи товари та послуги на ринку підприємницьким та інноваційним способом і використовує свої прибутки насамперед для досягнення соціальних цілей.

Соціальне підприємництво здійснює управління відкритим та відповідальним чином і залучає працівників, споживачів та зацікавлених сторін, здійснювати вплив на його комерційну діяльність.

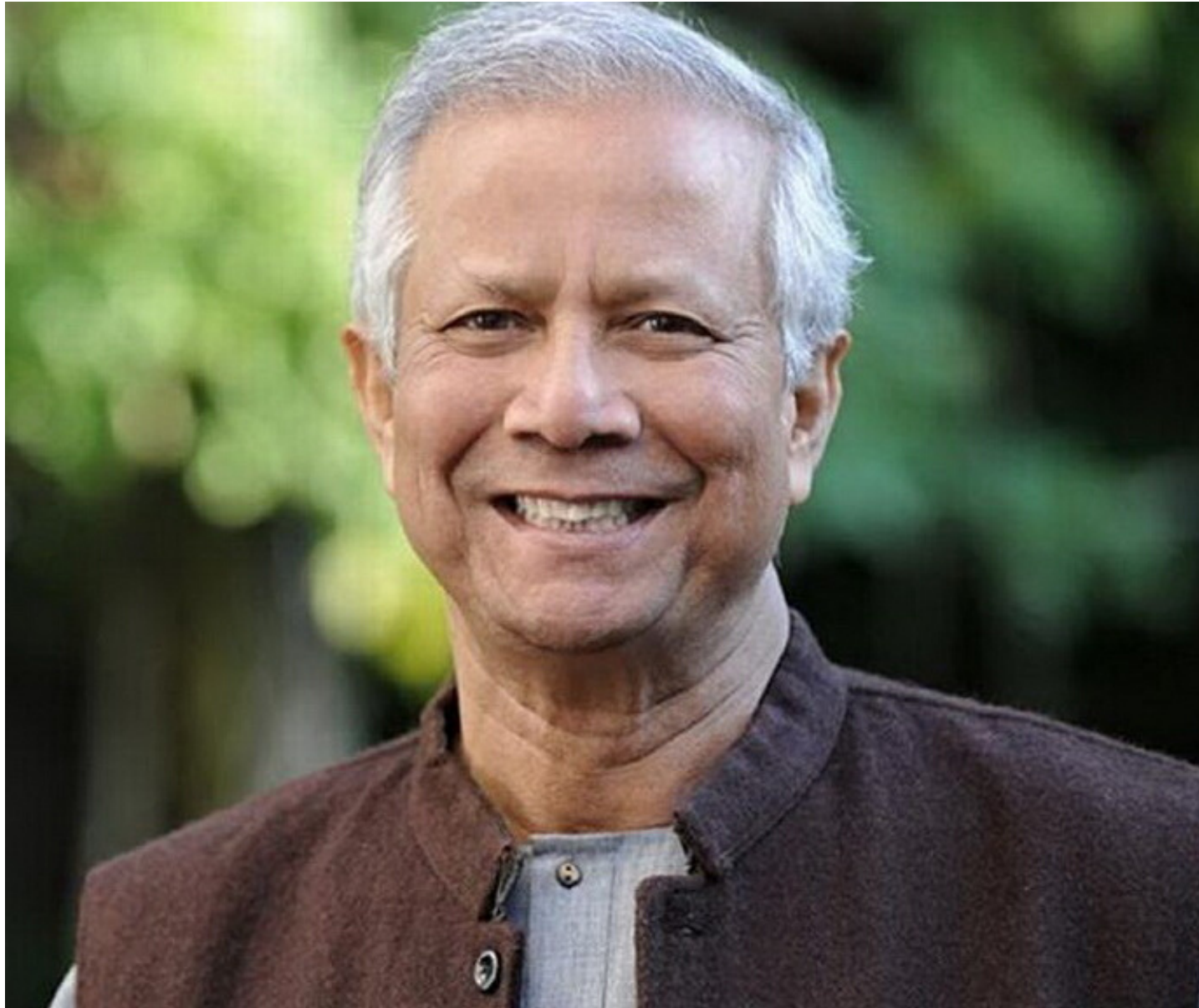
ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СВІТІ

Ідея соціального підприємництва почала активно розвиватися в країнах Західної Європи та США з початку 1980-х років. Дослідники цього питання сходяться на думці, що головною причиною появи соціального підприємництва у світі стала патологічна неспроможність урядів ефективно розв'язувати соціальні проблеми своїх країн. Поштовхом для змін стала активна діяльність неприбуткових організацій наприкінці ХХ ст. у всьому світі, які почали перебирати на себе вирішення проблем, з якими держава фактично не могла впоратись.



Значний поштовх до розвитку соціального підприємництва здійснила організація **Ashoka: Innovators for the Public** та її засновник - **Білл Дрейтон**.

Він, до моменту заснування цієї організації, був помічником адміністратора Агентства з охорони навколишнього середовища в адміністрації президента США Дж.Картера (1977-1981), та ініціював торгівлю квотами на небезпечні викиди. Саме Біллу Дрейтону належить введення в обіг поняття «соціальне підприємництво» та заснування Фонду «Ашока», який було названо на честь Ашоки - третього імператора Стародавньої Індії держави Мауріїв.



Не менш значимою в історії розвитку соціального підприємництва є ім'я лауреата Нобелівської премії миру 2006 року **Мохаммада Юнуса**, якого називають «батьком мікрофінансування».

Доктор Юнус перевернув світові уявлення про банківське кредитування, створивши Грамін-банк - організацію, яка видає «під чесне слово» позики найбіднішим громадянам. У своїй рідній країні Бангладеш - одній з найперенаселеніших і найбідніших у світі - йому вдалося на практиці довести можливість створення соціального бізнесу, спрямованого не на отримання прибутку, а на допомогу людям, і водночас економічно рентабельного.

Його ідея стосувалась розвитку спроможності незаможних верств населення до економічного самозабезпечення і виходу із бідності. *«Бідність з'явилася тому, що ми заснували свою теорію на гіпотезах, які недооцінюють людський потенціал»*, - стверджує Мохаммед Юнус і кожного дня, рятуючи тисячі людських доль, доводить спроможність своєї теорії.

Головне гасло, якого дотримується М. Юнус, став своєрідною професійною настановою для людей, які працюють з проблемами бідності - **«давати бідним не рибу, а вудку, та вчити їх власноруч вирішувати свої економічні проблеми»**.



До нової хвилі належить уродженець Канади, мільярдер, засновник фонду **Skoll Foundation Джеффри Сколл**.

В сфері інтересів мільярдера - кінопродюсування. У 2004 році Джефф заснував компанію Participant Media, яка вже у наступному році випустила перші фільми: Північна країна (North Country), Сиріана (Syriana), Доброї ночі і удачі (Good Night and Good Luck) та ін. В цілому ці фільми отримали 10 номінацій на «Оскар» і одну золоту статуетку.

Примітно, що вихід кожного фільму супроводжувався пропагандистсько-правозахисною кампанією, щоб люди могли дізнатися більше і обговорити свої враження в спеціальній соцмережі, створеною Participant, або в мережах - партнерах акції. Наприклад, фільм North Country, в якому грала Шарліз Терон, сприяв продовженню дії Акту про насильство по відношенню до жінок в США.

Завдяки пропагандистській кампанії, що супроводжувала вихід фільму The Cove про масове вбивство дельфінів в Японії, масштаби полювання на дельфінів в цій країні скоротилися, а часом вона взагалі припинялася.

Таким чином, **Capricorn Investment Group**, заснована Джефом, інвестує кошти в компанії, які вирішують важливі екологічні та соціальні проблеми.

ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

В Україні перші паростки соціального підприємництва з'явилися у 2000-них роках. Хоча, справедливим буде вислів, – у невеликої історії є велика передісторія. Соціальне підприємництво в Україні бере свій початок зі Старообрядної концепції справи, кооперативного руху та окремих соціально орієнтованих підприємств родинного бізнесу Терещенків, Ханенків, Смиренків та ін.



Зокрема, соціальне підприємництво пов'язано із іменем Глави Української Греко-Католицької Церкви митрополита **Андрея Шептицького** (1865-1944).

Саме завдяки його прогресивним, на той час, ідеям у західних регіонах України, на Галичині, була упроваджена соціально-підприємницька діяльність у різних формах та типах. Зокрема, він ініціював створення кооперативів (прообразу соціального підприємства), заснував кооперативні ліцеї, спеціалізовані гімназії для дітей-сиріт і просто талановитих дітей; заснував та розвивав народну банківську систему в Галичині та багато іншого.

Прибутки від своєї діяльності він спрямовував на різні освітні та соціальні програми для молоді, людей з інвалідністю, бідних сімей, розвитку інфраструктури території та громад, допомогу бідним селянам та робітникам, щоб ті почувалися повноцінними і незалежними громадянам



Не менш цікавою постаттю є діяльність **Антоніа Макаренка**, блискучого педагога-організатора, фундатора ідеї виховання дитини в колективі і через колектив, педагогічна діяльність якого розгорталася у 20-30-ті роки минулого століття. Зважаючи на ті обставини, в яких жили і перебували діти, викинуті тогочасною більшовицькою владою напризволяще, Антону Макаренку вдалось створити систему економічної самоокупності колоній, в яких він був призначений завідувачем.

Колонія взяла в оренду і протягом декількох років відбудовувала напівзруйнований поміщицький маєток, вперто розвиваючи за останніми агрономічними і зоотехнічними вимогами власне господарство, орендувала великий паровий млин, організувала низку кустарних майстерень.

Гроші, отримані за господарську діяльність, Макаренко спрямовує на соціальні цілі – на освіту, створення театру за участі вихованців колонії, відкриття і підтримку 40 самодіяльних гуртків і оркестру, туристичні поїздки вихованців на Кавказ, в Крим, Москву, театральні походи тощо.

Фактично була започаткована одна із моделей соціального підприємництва - включення соціально дезадаптованих осіб в соціальну діяльність і розвиток здатності до самозабезпечення та саморозвитку.



Яскравим представником нової генерації українського соціального підприємництва є **Юрій Филюк** - підприємець-ресторатор, керівник компанії «23 ресторани», громадський активіст, співзасновник урбаністичного проекту «Тепле місто» (<https://warm.if.ua/>).

Юрій Филюк чи не вперше за історію міста зміг об'єднати навколо себе десятки громадських активістів у намаганнях змінити Івано-Франківськ на краще. На базі платформи «Тепле місто» було створено проекти, які є одними з передових прикладів соціального підприємництва в Україні: Візуальний стиль міста, мистецькі резиденції за участі світових художників, парклети, проект «Вивіски», Urban Space Radio, міжнародний архітектурний конкурс Child Friendly Public Space, проекти розвитку велоінфраструктури, великі спортивні фестивали та інші.

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Підприємства громадських організацій товариства сліпих і глухих УТОГ і УТОС функціонують з 1933 року та орієнтовані на працевлаштування та трудову реабілітацію людей з інвалідністю. Після здобуття Україною незалежності ці підприємства частково втратили державне замовлення і змушені були віднаходити нові економічні моделі функціонування.

Розбудова соціальних підприємств в новітній історії України розпочалась з 1991 р, але в основному вони були орієнтованими на працевлаштування людей з інвалідністю.

У 2004 році словосполучення «соціальне підприємництво» увійшло до українського лексикону після проведення серії тренінгів з експертами США щодо створення соціальних підприємств громадськими організаціями. За період з 2004 по 2007 роки програмою «Мережа громадської дії в Україні» USAN була надана грантова підтримка 28 проектам зі створення соціальних підприємств на території України.

У 2010 році за ініціативи Британської Ради в Україні був створений Консорціум «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні», до якого увійшли Фонд «Східна Європа», Міжнародний фонд «Відродження», комерційний банк «Ерстебанк» та міжнародна аудиторська компанія «PWC».

Дослідження розвитку соціального підприємництва «Кращий досвід та сучасні тренди розвитку соціального підприємництва: Україна» (2016) показало, що найбільш популярними серед українських соціальних підприємств, є наступні три місії:

**ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ
ЖИТТЯ ВРАЗЛИВИХ
ГРУП НАСЕЛЕННЯ**

**РОЗВИТОК
МІСЦЕВИХ ГРОМАД
ТА ФОРМУВАННЯ
ЗДОРОВОГО
СПОСОБУ ЖИТТЯ**

ЕКОЛОГІЧНА МІСІЯ

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО МОЖНА ВИЗНАЧИТИ, ҐРУНТУЮЧИСЬ НА НАСТУПНИХ ТРЬОХ ЕЛЕМЕНТАХ:

Виявлення можливості створення суспільної цінності на основі зміни зазначеного вище положення і застосування підприємницьких дій з її створення

Виявлення стійкого і несправедливого ігнорування інтересів або потреб конкретного сегмента суспільства, яке неможливо змінити їх власними зусиллями

Досягнення в результаті вжитих заходів нового справедливішого стану справ, в якому дотримуються інтереси і задовольняються потреби зазначеного сегмента і суспільства в цілому

СЕРЕД НАЙБІЛЬШ ВИГРАШНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ УПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ВИЗНАЧАЮТЬ:



збільшення соціального капіталу;



зменшення рівня безробіття;



створення додаткових робочих місць;



підвищення рівня та якості життя населення;



розвиток тієї сфери діяльності, в якій певна соціальна група може займатися ефективною економічною діяльністю у відповідності зі своїми психічними особливостями і психологічними характеристиками;



вирішення актуальних екологічних проблем чи покращення екологічного стану території.

СФЕРИ, ДЕ НАЙБІЛЬШЕ ПРЕДСТАВЛЕНО СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО:

- соціальна та економічна інтеграція вразливих та соціально ізольованих груп населення (інтеграція та працевлаштування);
- соціальний захист (соціальна допомога людям похилого віку та людям з інвалідністю; догляд за дітьми; допомога в працевлаштуванні та навчальні тренінги; соціальне житло; охорона здоров'я та медичні послуги);
- освітні послуги;
- громадські послуги: громадський транспорт, обслуговування громадських просторів, організація тимчасового розміщення та харчування;
- консалтинг, мікрофінансування;
- укріплення демократії, громадянських прав та посилення участі громадян;
- сільське господарство, мисливство, лісове господарство і рибальство;
- екологічні заходи, такі як зменшення викидів та відходів, відновлювальна енергія тощо;
- культура, туризм, спорт та рекреаційні заходи;
- практика солідарності з країнами, що розвиваються (наприклад, сприяння справедливій торгівлі)

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Бізнес-модель - це структура, дизайн або рамки, якими слід керуватися в бізнесі, щоб бути успішним та принести цінність своїм клієнтам.

Однак існують щонайменше три фактори успішності обраних бізнес-моделей:

- здатність отримувати прибуток для власників;
- здатність генерувати позитивні зміни у світі;
- **здатність досягти балансу прибутку та позитивних змін.**

Перший підхід застосовується до традиційних, комерційних компаній; другий підхід застосовується до традиційних благодійних організацій; третій підхід (баланс між прибутком і позитивними змінами) застосовується до соціальних підприємств.

У 2012 році Вольфганг Грассі визначив 9 бізнес моделей соціальних підприємств.

Він розпочав свій аналіз із трьох факторів, що керують будь-яким соціальним бізнесом: **МІСІЄЮ, ТИПОМ ІНТЕГРАЦІЇ та ЦІЛЬОВОЮ ГРУПОЮ**. Потім він дослідив спосіб, як ці три фактори перетиналися з трьома традиційними категоріями бізнесу (комерційна, некомерційна та гібридна), щоб сформулювати дев'ять конкретних типів моделей соціального бізнесу, які може набувати будь-яке соціальне підприємство.

9 БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА



1. МОДЕЛЬ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМЦЯ

Модель підтримки підприємців (*entrepreneur support model*) передбачає надання соціальним підприємством фінансових та інших послуг з підтримки бізнесу своїй цільовій аудиторії: фірмам та приватним підприємцям. Клієнти потім продають свої товари та послуги на відкритому ринку.

Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності через продаж своїх послуг клієнтам і використовує цей дохід для покриття витрат, пов'язаних із наданням послуг підтримки підприємців, а також операційних витрат бізнесу.

Типи підприємств, які застосовують цю модель: фінансові установи, консалтингові агентства, установи, які надають професійні послуги (бухгалтерська, юридична та ринкова інформація), технології та продукти, які підтримують підприємців.

2. МОДЕЛЬ ПОСЕРЕДНИКІВ РИНКУ

Модель посередника ринку (*market intermediary model*) передбачає, що соціальне підприємство надає послуги своїй цільовій аудиторії - дрібним товаровиробникам (фізичним особам чи фірмам) для надання їм доступу до ринків та підвищення вартості їх продукції.

Такими послугами можуть бути розробка продукту, виробнича та маркетингова допомога, кредитування. Ринковий посередник або закуповує продукти, які виробляють клієнти, або викупає партію, а потім продає продукти на роздрібних ринках за рахунок надбавки.

Місія підприємств, діючих за такою моделлю, спрямована на посилення ринків та сприяння фінансовій безпеці клієнтів, допомагаючи їм розвивати та продавати свою продукцію.

Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності через продаж клієнтської продукції. Дохід використовується для оплати операційних витрат підприємства та покриття програмних витрат на надання послуг розробникам, маркетингу та кредитних послуг клієнтам.

Модель посередника ринку часто використовують соціальні підприємства у сфері сільського господарства, ремісництва (хенд мейд) та маркетингу.

3. МОДЕЛЬ ЗАЙНЯТОСТІ, ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ

Модель працевлаштування (*employment model*) у соціальному підприємстві передбачає надання можливості для працевлаштування та навчання своїй цільовій групі: соціально-вразливим верствам населення, молоді, учасникам бойових дій, жителям сіл тощо.

Тип бізнесу залежить від цільової аудиторії, на яку спрямований соціальний ефект із врахуванням можливостей та обмежень працівників, а також його комерційної привабливості. Часто в модель підприємства бувають вбудованими послуги з соціальної підтримки, які створюють сприятливе робоче середовище для працівників. Наприклад серед таких послуг може бути навчання з оволодіння професією, тренування з розвитку гнучких навичок (*soft skills*), фізіотерапія, консультації з психічного здоров'я або надання тимчасового житла.

Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності через продаж своїх товарів та послуг. Дохід використовується для сплати стандартних операційних витрат, пов'язаних з бізнесом, та додаткових соціальних витрат, які виникають за рахунок залучення працівників з цільових груп.

Модель зайнятості широко використовується в організаціях, які займаються проблемами осіб з інвалідністю, а також організаціями соціальної служби, які обслуговують жінок у кризових ситуаціях, колишніх наркозалежних та безпритульних. Найпопулярнішими форматами роботи підприємств бувають магазини, кафе, пекарні, деревообробні підприємства.

4. МОДЕЛЬ ПЛАТНИХ ПОСЛУГ

Модель платних послуг (*fee-for-service model*) передбачає комерціалізацію соціальних послуг та продаж їх або безпосередньо представникам вразливих цільових груп, або фірмам, громадам, третім особам-платникам.

Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності через отримання платні за товари та послуги, яка покриває їх собівартість. Прибуток може використовуватися для субсидювання соціальних програм, які не мають бізнес складової.

Типові приклади соціальних підприємств цієї моделі: організації, у яких платяться членські внески, торгові асоціації.

5. МОДЕЛЬ ПІДТРИМКИ ЛЮДЕЙ З НИЗЬКИМИ ДОХОДАМИ

Модель підтримки людей з низькими доходами (*low-income client as market model*) є варіацією моделі платних послуг (*fee-for-Service model*) і передбачає продаж товарів та послуг особам, які здатні задовольнити лише свої базові потреби.

Це стосується близько 4 мільярдів людей, які живуть в основному в країнах, що розвиваються і заробляють менше 5 доларів в день (щорічні доходи на душу населення нижчі за 1500 доларів у паритеті купівельної спроможності). Модель соціального підприємства передбачає надання доступу до продуктів та послуг, що підвищують рівень здоров'я клієнтів, освіту, якість життя та особисті можливості.

Дохід отримується за рахунок продажу продукції і використовується для покриття операційних витрат та витрат на маркетинг. Проте, через низькі доходи цільової аудиторії в цій моделі досягнення фінансової сталості може бути складним завданням. Соціальне підприємство повинно спиратися на розробку креативних систем розподілу, зниження виробничих та маркетингових витрат, досягнення високої операційної ефективності, ефективної присутності на креативних ринках, як сформують доходи та на ринках, які «субсидюються» діяльністю такого соціального підприємства.

6. КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ

Кооперативна модель (*cooperative model*) передбачає надання послуг членам кооперативу: маркетингові дослідження, технічну допомогу, ведення колективних переговорів та лобювання, економію при оптових покупках, надання доступу до продуктів та послуг, доступ до зовнішніх ринків, продаж товарів та послуг всередині кооперативу тощо.

Кооперативи часто складаються з дрібних виробників однієї групи продуктів, або спільноти осіб зі спільними потребами (доступ до капіталу, охорона здоров'я тощо). Члени кооперативу є основними зацікавленими сторонами, адже отримують вигоди від доходу кооперативу, працевлаштування та наданих кооперативом послуг, а також інвестують у кооператив власні ресурси: час, гроші, продукти тощо.

Місія кооперативу зосереджена на наданні послуг його членам.

Фінансова самодостатність досягається шляхом продажу своїх товарів та послуг своїм членам або зовнішнім клієнтам на комерційних ринках. Кооперативи використовують доходи для покриття витрат, пов'язаних із наданням послуг своїм членам.

Модель включає, зокрема, сільськогосподарські кооперативи, які займаються продажем продукції його учасників. Іншим прикладом кооперативів є кредитні спілки.

7. МОДЕЛЬ ЗВ'ЯЗКУ З РИНКОМ

Модель соціального підприємства «зв'язковий ринку» (*market linkage model*) передбачає сприяння розвитку торговельних відносин між цільовою аудиторією: дрібними товаровиробниками, місцевими фірмами, кооперативами та зовнішнім ринком.

Соціальне підприємство функціонує як брокер, який зв'язує покупців із виробниками, і навпаки, за що отримує платню. Також ця модель може включати проведення маркетингових досліджень. На відміну від моделі «посередник ринку» цей тип соціального підприємства не продає продукцію клієнтів, а з'єднує клієнтів з ринками.

У цій моделі бізнес складова полягає у отриманні доходів, отриманих від діяльності підприємства, які використовуються для самофінансування соціальної складової.

В рамках моделі «зв'язковий ринку» працюють багато торгових асоціацій, кооперативів, державно-приватних партнерств та програм розвитку бізнесу.

8. МОДЕЛЬ СУБСИДІЮВАННЯ ПОСЛУГ

Модель фінансування соціальних програм через перерозподіл доходів від іншої діяльності (*service subsidization model*) в соціальному підприємстві передбачає використання доходів від продажу товарів або послуг для фінансування своїх соціальних програм.

Модель фінансування послуг зазвичай інтегрована, тобто бізнес-діяльність та соціальні програми перетинаються, активи, дохід від операцій та витрати розподіляються.

Фінансування послуг - одна із найпоширеніших моделей для соціальних підприємств, оскільки вона може поєднуватися із діяльністю будь-якої неприбуткової організації.

Власники нематеріальних активів, таких як експертиза, методології, або ексклюзивні ділові відносини, можуть надавати послуги (консалтингові, логістичні, маркетингові, тощо), які комерціалізують ці активи. Власники матеріальних активів (будівлі, обладнання, земля, комп'ютери тощо), можуть запускати будь-яку кількість підприємств, які використовують ці активи: лізинг, управління майном, роздрібний бізнес; транспортування, поліграфія тощо.

Ця модель дуже часто поєднується з іншими моделями.

9. МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ

Модель організаційної підтримки (*organizational support model*) передбачає продаж товарів та послуг на зовнішньому ринку широкому колу покупців.

В окремих випадках клієнтами можуть бути представники соціально-вразливої групи населення.

Модель передбачає основну бізнес діяльність окремо від програми, яка має соціальний вплив. Прибутки від діяльності соціального підприємства спрямовуються на фінансування витрат соціальної програми та операційних витрат некомерційної материнської організації. При цьому основний фокус залишається на соціальному впливі, а не прибутку.

Ця модель соціального підприємства працює як механізм фінансування організації та часто діє як допоміжний бізнес неприбуткової материнської організації.

Детальніше про бізнес моделі з прикладами конкретних соціальних підприємств можна ознайомитися в аналітичному звіті [«Банк проблем та моделей соціальних підприємств для їх вирішення»](#).

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ

Згідно дослідження Єврокомісії, соціальні підприємства та соціальна економіка майбутнього покликані здійснювати потужний вплив на вирішення актуальних соціальних проблем та розбудову соціально справедливих суспільств.

В узагальнюючій доповіді "Соціальні підприємства та їх екосистеми в Європі» за 2020 рік" визначається, що для продуктивного розвитку соціального підприємництва у кожній країні необхідно створити національну екосистему соціального бізнесу, яка будується на 4 компонентах:

- здатність громадян до самоорганізації, що сприяє розвитку соціальних підприємств знизу вгору;
- ступінь упізнаваності та визнання, якими користуються соціальні підприємства на різних рівнях (політичне та юридичне визнання, ідентифікація між соціальними підприємствами);
- можливість доступу до різних видів ресурсів, включаючи ресурси для створення та об'єднання; ресурси від діяльності, що приносить дохід; поворотні ресурси; податкові пільги.
- розвиток досліджень, спрямованих на вивчення соціального підприємства з національної та порівняльної точок зору та наявність можливостей розвитку освіти та навичок, покликаних підвищити конкурентні переваги соціальних підприємців у вирішенні економічних та соціальних проблем.

ПЕРЕПОНИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

ПЕРЕПОНИ

- Недостатнє усвідомлення ролі соціального підприємництва у суспільстві, його привабливих і вигашних сторін для розвитку справедливого суспільства.
- Відсутність спеціалізованих послуг з підтримки розвитку соціального бізнесу.
- Недостатнє законодавче супроводження, що ускладнює отримання фінансової підтримки і фіскальних стимулів для соціальних підприємств.
- Доступ до ринків та фінансів через існуючу конкуренцію на ринках державних закупівель.
- Відсутність загальних механізмів для вимірювання впливу соціального підприємництва на суспільство.

МОЖЛИВОСТІ

- Відсутність закону, який регулює соціальне підприємництво.
- Наявність ресурсів, які не задіяні (не цікаві) в традиційному бізнесі, серед них: люди з інвалідністю, біженці (внутрішньо-переміщені особи), національні меншини, люди похилого віку, молодь, люди із залежностями, особи, які вийшли з місць позбавлення волі, ВІЛ-позитивні люди, жертви домашнього насильства, багатодітні мами.
- Зацікавленість великого бізнесу в аутсорсингу (*передача однією організацією іншій деяких функцій, завдань, бізнес-процесів на основі укладеного договору*).
- Зростання лояльності споживачів до продукції соціального підприємництва.
- підтримка соціального підприємництва міжнародними фондами і організаціями, що дозволяє їх створювати і розвивати.

ЩО ВИРІЗНЯЄ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМЦІВ СЕРЕД ІНШИХ ЛЮДЕЙ?

Особливості моральних настанов і переконань

Тип характеру, якому властиві амбітність і наполегливість, ризиковість і соціальна відповідальність.

Тип мислення, який вирізняється інноваційністю і незаскоруглістю, відходом від усталених стереотипів і прийнятих шаблонів.

Наявність лідерського потенціалу, що означає вміння «вербувати», заражати, надихати інших.

Завдяки творчому підходу і розумінню системи в цілому, соціальні підприємці можуть знайти синергію між гравцями в екосистемі, яка раніше була невидимою або пропущеною.

«Ці взаємовигідні зв'язки між гравцями потім можна зіставити, як шматочки головоломки, для розробки механізмів отримання доходу, які дозволять соціальному підприємству в кінцевому підсумку досягти фінансової стійкості (іноді в поєднанні з традиційною філантропією)» (Даніель Саттон, Aspen Academy)

ТРИ ТИПИ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМЦІВ

Соціальні майстри - зосереджуються на виявленні і вирішенні місцевих соціальних потреб;

Соціальні конструктори використовують можливості для подолання недосконалості ринкової економіки і провалів «ринку». Вони намагаються задовольнити ті потреби людей, які з різних причин не вдається задовольнити ні ринку, ні державним структурам;

Соціальні інженери – виявляють системні проблеми в існуючих соціальних структурах і намагаються їх подолати, здійснюючи свого роду «революційні зміни».



ЕТАПИ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Зарубіжні дослідники Martin and Osberg (2007) порівнюють соціальних підприємців із комерційними, і стверджують, що відмінність між ними полягає у тій ціннісній пропозиції, яку вони презентують суспільству.

Для комерційного підприємця пропозиція зорганізується для обслуговування ринків, і тому вони із задоволенням можуть дозволити собі новий продукт чи послугу, які орієнтовані на отримання фінансового прибутку. А соціальний підприємець має на меті цінність у вигляді масштабної трансформаційної вигоди, яка розповсюджується на значний сегмент суспільства або взагалі для суспільства.

Водночас, хоча ціннісні пропозиції та бачення комерційних і соціальних підприємців можуть відрізнятися між собою, їхні функціональні механізми заради досягнення місії та стійкості організації - є схожими.

І ті і інші повинні розглядати свої стратегії відповідно до різних організаційних етапів із урахуванням підходу до динаміки життєвого циклу організації.

ТРИ ЕТАПИ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Stand up - це фаза, на якій потенційний підприємець генерує ідеї і розглядає можливість створення соціального підприємства. Основна увага приділяється трьом факторам: позитивне ставлення до підприємництва як вибору кар'єри; натхнення придумувати бізнес-ідеї, які розвивають здібності та вміння; позитивний та мотивуючий вплив з боку культурних / соціальних структур, таких як сім'я, друзі, ровесники та взірці для наслідування.

Start up - це друга фаза, в якій відбувається власне розвиток бізнесу. Це фокусується на доступі до таких ресурсів, як капітал і робоча сила з урахуванням потенціалу підприємця та ризику ставлення. Акцент робиться на розробці концепції з подальшим впровадженням бізнес-моделі та фактичним запуском операцій. Тому підприємницькі навички, можливості та управління мають на цій фазі вирішальне значення.

Scale-up - третя фаза - розширення масштабів, де фокус переходить на малі та середні підприємства, і де мета полягає в тому, щоб досягти стійкості із розширенням ціннісної пропозиції (як соціальної, так і економічної), а також зайнятості та виробничої потужності. На цій фазі стратегічна орієнтація з лідерськими якостями має місце із ключовими показниками ефективності, спрямованими на стійке зростання.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

- 1. Чому розквіт соціального підприємництва у світі припав на 70-80ті роки минулого століття?**
- 2. Розкрийте суть соціального підприємства. Охарактеризуйте його ключові складові.**
- 3. В чому полягає головна відмінність соціального підприємництва від інших комерційних типів діяльності?**
- 4. Запропонуйте власне визначення поняття "соціальне підприємство".**
- 5. Що таке бізнес-модель? Охарактеризуйте бізнес-моделі соціального підприємництва.**
- 6. Охарактеризуйте, якими ключовими особистими властивостями володіють соціальні підприємці?**
- 7. Що спонукає людей займатися соціальним підприємництвом?**
- 8. В чому головні відмінності між соціальним підприємцем і комерційним? А в чому схожість?**
- 9. Охарактеризуйте кожен з трьох етапів життєвого циклу підприємницької діяльності.**