

УДК332.1:364

Шевченко С.І., учениця 10 класу

(Дніпровський ліцей № 139 Дніпровської міської ради)

Науковий керівник:

Сергієнко Е.О., к.держ.упр., доц., доцент кафедри ПЕППУ

(Національний технічний університет «Дніпровський політехніка», м. Дніпро, Україна)

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИРІШЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ І СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ

Соціальне підприємництво є важливим інструментом вирішення комплексних економічних і соціальних проблем у сучасному світі. Воно поєднує в собі економічну доцільність та соціальну відповідальність, орієнтуючись не лише на отримання прибутку, а й на поліпшення соціального добробуту та вирішення суспільно значущих проблем. Соціальні підприємства прагнуть досягти сталого розвитку через створення інноваційних рішень, що сприяють соціальним змінам, включаючи покращення умов життя, зниження бідності, забезпечення рівних можливостей для різних соціальних груп та збереження навколишнього середовища. Соціальне підприємництво виникло в умовах глобалізації, коли зростання нерівності, екологічні проблеми та соціальна несправедливість стали серйозними викликами для економічних і політичних систем. У цьому контексті соціальне підприємництво з'явилося як відповідь на потребу в інноваціях, що не лише сприяють економічному зростанню, але й враховують інтереси громади та навколишнього середовища [7].

Одним з основних підходів до вивчення соціального підприємництва є методика, розроблена Європейською дослідницькою мережею (EMES), яка була створена в 1996 році групою науковців з усіх країн-членів Європейського Союзу. Мережа отримала свою назву завдяки першій програмі досліджень, яка була присвячена аналізу процесу виникнення соціальних підприємств в Європі, під назвою «The EMERGence of Social Enterprises in Europe» [2]. Ця програма мала на меті вивчення тенденцій і розвитку соціального підприємництва на європейському континенті, а також виявлення основних факторів, які впливають на його функціонування.

Експерти, що працювали в межах мережі EMES, визначили важливі критерії, які охоплюють як комерційну, так і соціальну складові соціального підприємництва. Це включає не лише здатність підприємства генерувати прибуток, але й його роль у вирішенні соціальних проблем, таких як створення робочих місць для вразливих груп населення, покращення умов життя або підтримка соціальних ініціатив. Таким чином, соціальне підприємництво в розумінні EMES має дві основні функції: економічну (підприємницьку) і соціальну (спрямовану на досягнення соціальних змін), що забезпечує баланс між фінансовою стабільністю та позитивним впливом на громаду.

У рамках досліджень соціального підприємництва, зокрема, в рамках роботи Європейської дослідницької мережі EMES, було визначено низку критеріїв, що стосуються підприємницької та соціальної складових соціальних підприємств. Ці критерії допомагають чітко визначити, що таке соціальне підприємництво і як воно функціонує в різних соціально-економічних умовах.

Щодо підприємницької частини соціального підприємства, виокремлено чотири основні критерії [1]:

Безперервне виробництво товарів і надання послуг. На відміну від інших некомерційних організацій, соціальні підприємства активно займаються виробництвом і наданням послуг, що становить основу їх діяльності, а не обмежується пропагандистськими або фінансовими операціями.

Високий ступінь автономії. Соціальні підприємства створюються групою осіб, яка самостійно керує підприємством, забезпечуючи його автономність. Вони можуть отримувати підтримку від держави або бізнесу, але не підкоряються зовнішнім інститутам і самостійно приймають рішення, враховуючи свої внутрішні інтереси.

Значний рівень економічного ризику. Економічна стабільність соціального підприємства залежить від зусиль його учасників щодо залучення фінансів, необхідних для підтримки діяльності та реалізації соціальних проєктів. Це може включати різноманітні фінансові механізми та стратегії забезпечення прибутковості.

Мінімальна кількість оплачуваної роботи. Як і більшість некомерційних організацій, соціальні підприємства часто комбінують матеріальні та нематеріальні ресурси, включаючи добровільну працівницьку діяльність. Вони активно залучають волонтерів та співробітників на неповну ставку.

Що стосується соціальної складової, виділяють п'ять важливих критеріїв [7]: (1) Соціальна місія. Основною метою соціальних підприємств є створення блага для суспільства або певних соціальних груп, що потребують допомоги. (2) Ініціатива з боку громади. Соціальні підприємства створюються групами людей, які є частиною певної громади або соціальної групи, що має конкретні потреби, які потребують вирішення. (3) Демократичний процес прийняття рішень. Всі члени правління соціального підприємства мають рівні права при прийнятті рішень, що гарантує демократичний підхід до управління. (4) Активна участь зацікавлених сторін. Важливим елементом є залучення різних зацікавлених сторін, таких як бенефіціари, працівники, волонтери, донори, представники органів влади. Ці групи можуть брати участь у прийнятті рішень або в управлінських структурах підприємства. (5) Обмежений розподіл прибутку. Прибуток соціального підприємства, як правило, реінвестується у розвиток самого підприємства або спрямовується на підтримку його соціальних цілей, що дозволяє забезпечити сталий розвиток та досягнення соціальних змін.

Отже, соціальне підприємництво є потужним інструментом вирішення важливих соціальних та економічних проблем, оскільки поєднує в собі бізнес-підхід і соціальну відповідальність. В умовах глобалізації, коли існують виклики, пов'язані з нерівністю, екологічними проблемами та соціальною несправедливістю, соціальне підприємництво виступає як ефективний спосіб створення інноваційних рішень для покращення умов життя, боротьби з бідністю та забезпечення рівних можливостей для всіх соціальних груп.

Список використаних джерел:

1. Бігняк О.В. Юридична та соціальна відповідальність суб'єктів підприємництва / О.В. Бігняк // Університет. наук. зап. – 2006. – № 1 (17). – С. 150–154.
2. Богацька Н. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні. Економіка та суспільство. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-4>
3. Дороніна О.А., Терегубов О.С., Якімова Н.С. Потенціал розвитку соціального підприємництва на Вінниччині. Економіка і організація управління. 2022. № 4 (48). С. 31-39. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2022.4>
4. Ільченко В.М., Пістунова В.О. Можливості фінансування соціального підприємництва в Україні. Підприємництво та інновації. 2023. № 26. С. 47-51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/26.7>
5. Міщенко С. Соціальне підприємництво: ефективний інструмент подолання безробіття. Вісник Приазовського Державного Технічного Університету. Серія: Економічні науки. 2023. № 1 (38). С. 40-44. URL: https://journals.uran.ua/ves_pstu/issue/view/16328
6. Чабарай Г. Підприємці й суперсила. Як в Україні розвивається соціальний бізнес. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/207751>.