

УДК: 334.722

*Петровська О. М.,  
кандидат політичних наук, доцент,  
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці,  
Одеський національний економічний університет*

## **СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПОНЯТТЯ, ТИПОЛОГІЯ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ**

Забезпечення формування галузі соціального підприємництва за рахунок активного залучення комерційних організацій до соціальних перетворень та залучення недержавних організацій у наданні державних послуг соціального призначення виступає світовою тенденцією, відображаючи один із основних сучасних напрямів соціальної політики. Соціальне підприємництво пом'якшує проблеми, пов'язані з недосконалістю функціонування ринкової економіки та держави, сприяє формуванню соціальних цінностей та пріоритетів, а також збільшує доступність соціальних благ для населення країни.

Соціальне підприємництво - форма підприємництва, спрямована на вирішення соціальних проблем, покращення благополуччя суспільства. Головною метою соціальних підприємств є не тільки отримання прибутку, але й досягнення позитивних соціальних змін. Соціальне підприємництво виступає у ролі каталізатора соціальних змін, характерна природа поєднання характеристик різних секторів економіки, пошук інноваційних рішень, здатність одночасно досягати соціального і економічного ефекту, а також можливість розповсюдження отриманого досвіду в світовій спільноті.

Підсумовуючи результати наукових та експертних дискусій про соціальне підприємництво, можна виділити два методологічні підходи, які поєднують розуміння відсутності конфлікту між економічною ефективністю соціального підприємництва та його соціальною місією. Перший підхід визначає соціальне підприємництво як «бізнес із соціальною місією», маючи на увазі вид комерційної діяльності, орієнтований на досягнення прибутковості та одночасне досягнення соціальних результатів для суспільства. Розуміючи соціальну проблему, соціальний підприємець використовує ресурси з метою досягнення соціальних змін. «Що відрізняє соціальне підприємництво від комерційного

підприємництва, то це переважний фокус на створенні цінності, а не привласненні вартості» [1]. Соціальне підприємництво розглядається, як ринково орієнтовані організації, що створюють соціально значущі блага та можуть розподіляти прибуток між учасниками. Однак отримання прибутку не є основною метою діяльності соціальних підприємств, саме такий підхід відрізняє їх від бізнесу в соціальній сфері. Мета соціального підприємництва полягає у досягненні більш глибоких цілей, а ніж прибуток [2]. Фінансова стійкість, прибутковість визначаються, як умова для реалізації соціальної місії та довгострокового існування соціальних підприємств. Такий підхід активно розвивається в європейських країнах, відповідно до традицій колективної соціальної дії, де соціальне підприємництво представлено діяльністю соціальних кооперативів та компаній забезпечуючи суспільну користь.

Другий підхід розширює уявлення про соціальне підприємництво, охоплюючи некомерційну діяльність з отриманням доходу та прийняттям ризиків у рамках реалізації соціальної місії. Основним результатом такої діяльності є соціальний ефект. Прагнення до беззбитковості поєднується з відсутністю права на розподіл прибутку. Отриманий дохід реінвестується у соціальні або операційні завдання. Таким чином, соціальне підприємництво розширює межі, об'єднуючи суб'єктів, підпорядкованих соціальній місії та не мають отримання прибутку за головну мету діяльності. Такий підхід притаманний англосаксонській традиції соціального підприємництва [3].

### ***Список використаних джерел:***

1. Santos F. *A Positive Theory of Social Entrepreneurship*. URL: <http://surl.li/spxeq>
2. Bosche J. *Eight Basic Principles for Nonprofit Entrepreneurs*. URL: <http://surl.li/spxht>
3. Braunerhjelm P., Hamilton S. *Social entrepreneurship - a survey of current research*. URL: <http://surl.li/spxlg>