

Ядловська Ольга Степанівна¹

Oliha Yadlovska

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМЦЯ ЯК АКТИВНОГО УЧАСНИКА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

ROLE OF SOCIAL BUSINESSMAN AS ACTIVE PARTICIPANT OF SOCIAL WORK

АНОТАЦІЯ:

Стаття присвячена питанню розвитку та ролі соціального підприємництва в суспільстві. Одна з основних проблем впровадження даного виду суспільної діяльності – низький рівень сприйняття самим суспільством необхідності впровадження «знизу» ініціативи розробки ризиків та механізмів допомоги окремим прошаркам населення з боку підприємців, а також недостатня розробка функціональних характеристик соціального підприємця як особистості, що орієнтована на соціальну роботу. Метою статті є висвітлення основних засад і переваг впровадження соціального підприємництва та проведення аналізу компетентнісних рис соціального підприємця як новатора й соціально відповідальної особистості. Досліджено, що світогляд соціальних підприємців за соціокультурною складовою співвідносний із мотивацією та діяльністю соціальних робітників. З'ясовано, що визначальна характеристика соціального лідера, а також підприємця, повинна містити ряд рис: здатність активно діяти, постійність у прийнятті творчих рішень в умовах жорсткої конкуренції, відсутність соціальної упередженості до будь-яких представників соціуму, можливість опиратися звичним системним поглядам на суспільство, відкритість і соціоорієнтованість мислення та діяльності, розуміння необхідності комбінування сил та ресурсів задля формування сегментів для здійснення соціальної допомоги. Автор доходить висновку, що в комплексі лідерські якості соціальних підприємців стають запорукою якісного соціального підприємництва та основою формування різних форм самоорганізації суспільства, а також можливості превентивного впливу на фактори соціального виключення певних верств населення.

ABSTRACT:

The article deals with the issue of the development and role of social businessman in society. One of the basic problems of introduction of this type of public activity is a low level of perception of necessity of "decrease" introduction of initiative risk development and aid mechanisms to the separate layers of society from the side of businessmen, and also underexploitation of functional descriptions of a social businessman as to a personality who is social work oriented. The aim of

¹ кандидат історичних наук, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, Україна
Ph.D (History), Associate professor of the Department of History
The Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs, UKRAINE



the article is to characterize basic principles and advantages of social enterprise introduction and realization of analysis of competent features of a social businessman as an innovator and a socially responsible personality. It is investigated that the world view of social businessmen after a sociocultural constituent is correlative with social workers' motivation and activity. It is found out that social leader's qualificatory description should contain the row of features: ability to operate actively, constancy in the acceptance of creative decisions in the conditions of hard competition, absence of social prejudice to any representatives of society, possibility to lean to the usual system looks to society, openness, socially oriented way of thinking and activity, understanding of necessity to combine forces and resources for the sake of forming segments for realization of social aid. An author concludes that in a complex the leader features of social businessmen become the mortgage of a quality social enterprise and a basis of forming of different forms of self-organization of society, and possibilities of preventive influence on the factors of social exception of certain layers of society.

ВСТУП.

На сучасному етапі розвитку суспільних відносин вироблено потребу та виявлено запит щодо співпраці бізнесу та представників соціальної сфери – і соціальних працівників, громадських організацій, волонтерів, з одного боку, і самих громадян, що знаходяться у складних життєвих обставинах, з іншого. У контексті протидії факторам соціального виключення та досягнення реалізації ефективності соціальної складової велику роль відіграє ефективна модель діяльності – соціальне підприємництво.

Слід підкреслити, що основною метою соціального підприємництва слугує досягнення нового якісного рівня у профілактиці (превентивності) або подальшому вирішенні соціально значущих проблем. Фактично зазначений вид діяльності виступає в якості соціальної інновації та формує механізм соціальних перетворень як для самого суспільства, так у сфері підприємницької діяльності. З точки зору ведення бізнесу дослідження даного сектору спрямовані на збереження сталого розвитку допомоги в соціальній сфері за умов неприбуткової або прибуткової підприємницької діяльності. Інша площина досліджень – це вплив на ефективне вирішення певних соціальних проблем та роль у цих процесах соціально орієнтованої особистості лідера, керівника, громадянина.

ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.

В Україні, як в науці, так і в бізнесі, часто плутають соціальне підприємництво із соціальною відповідальністю. Категорія «соціальне

підприємництво» не набула широкого розповсюдження, суспільство більше знайоме з поняттями «меценатство», «спонсор», «волонтер», а також діяльністю громадських організацій, спрямованих на підтримку (часто юридичну) соціально незахищених верств населення або осіб, що опинились у скрутних життєвих обставинах.

Натомість соціального підприємця визначають як суб'єкта, який усвідомлює деяку соціальну проблему і використовує принципи підприємництва для організації підприємства та управління ним з метою вирішення цієї проблеми, або для виробництва соціальної зміни.

Існують різні підходи у тлумаченні поняття «соціальний підприємець». При формуванні та реалізації концепції соціального підприємництва застосовують три основні підходи до її визначення: 1) підприємницька діяльність неприбуткових недержавних організацій, яка спрямована передусім на реалізацію статутних цілей цих організацій (характерний для країн Північної і Південної Америки); 2) діяльність бізнес-підприємства з соціальною місією на користь територіальної спільноти (характерний для Європи, Великобританії); 3) інноваційна підприємницька діяльність задля поліпшення становища громади і відновлення соціальної справедливості шляхом пошуку соціальних новаторів у всьому світі і їх підтримка, залучення ресурсів, обміну технологіями і досвідом, формування мережі соціальних підприємств (характерний для Швейцарії, США, Індії) [1]. Ефективним варіантом соціального підприємництва в Україні є діяльність, яка здійснюється через підприємницьку діяльність громадських об'єднань або ж комерційну діяльність благодійних організацій. Зазначимо також, якщо ці організації стають неприбутковими, то в них забороняється розподіл прибутків, усі доходи згідно зі статутом спрямовуються на вирішення конкретних проблем, нагальних для суспільства.

Звернемо увагу також на те, що соціальне підприємництво, філантропія та пожертви принципово відрізняються як напрями благодійної діяльності, адже обирають різні способи на шляху до досягнення поставленої мети. Філантропи працюють для здійснення благодійної діяльності, для передачі благ на добровільній основі на користь знедолених та бідних верств населення, незалежно від оцінки економічної цінності. Пожертва є неприбутковою та передбачає допомогу цільового характеру тим, хто її потребує. Соціально відповідальний бізнес характеризується прагненням досягти позитивних соціальних змін. Соціальне підприємництво базується на



трьох взаємопов'язаних складових діяльності: соціальна (наприклад, працевлаштування інвалідів, залучення маргіналізованих груп населення до громадського життя), комерційна (наприклад, впровадження інновацій для забезпечення потреб неплатоспроможного населення, отримання прибутку), неприбуткова (наприклад, залучення до розвитку діяльності підприємства власності державного сектору, територіальних громад та громадських, благо-дійних і релігійних організацій) [7]. Для України найбільш розповсюдженим та найсприятливішими є два варіанти соціального підприємництва. По-перше, це ті організації, які вирішують соціальні проблеми та працевлаштовують соціально вразливі групи населення; по-друге, це ті підприємства, котрі постійно 20-30% прибутку віддають на реалізацію соціальних ініціатив, якщо це затверджено в їхній статутній діяльності.

Таким чином, соціальне підприємництво – це підприємництво, метою якого є вирішення соціальних проблем та яке спрямоване на інновативну, суттєву зміну в суспільстві.

Пріоритетами соціального підприємництва стає здійснення позитивного впливу на суспільний розвиток. Водночас, це можливість працювати як на користь суспільства, так і з користю для себе. Тобто це інноваційна модель діяльності, яка надає можливість заробляти та робити внесок у розвиток суспільства, нестандартним підходом.

Розроблено своєрідний алгоритм підключення особистості, лідера до програмування та планування активності соціальної відповідальності. Такі рівні допомагають нагально побачити, які дії має виконувати соціальний підприємець, аби залишати за собою право називати свою справу «соціально відповідальною».

Зокрема, можна виділити такі етапи формування соціального підприємництва. Перший рівень: дотримання закону – тобто компанії поважають закон, який діє в їх країні, де здійснюється господарська діяльність (виробництво, логістика, продаж). Другий рівень: благодійність – направленість підприємницької діяльності на вирішення нагальних потреб соціуму. Третій рівень: узгодження поведінки з проголошеним цінностями – включення системи цінностей в кодекси поведінки підприємств в рамках його діяльності. Четвертий рівень: ефективність – отримання відчутних переваг за рахунок збільшення ефективності і реалізації заходів в інтересах компанії та її партнерів. П'ятий рівень: співпраця з метою розвитку – вихід

на нові ринки, встановлення партнерських відносин та розробка інноваційних продуктів і послуги [4]. Дані рекомендації є доцільними для соціально орієнтованого або ж соціально відповідального бізнесу, що є більш ширшими поняттями, чим соціальне підприємництво, але також є необхідними до врахування для діяльності останнього.

Соціальне підприємство «виробляє» також потужну соціальну цінність та сприяє трансформації самого суспільства. Безумовно, основними цільовими групами діяльності соціальних підприємців виявляються найменш захищені й неблагополучні верстви населення, що не мають ані суспільно-політичних важелів, ані фінансових ресурсів у досягненні забезпечення базових потреб. Однак зміни, як відбуваються за умов впровадження соціального підприємництва, формують прошарок суспільства, схильного до саморозвитку, самовідтворення суспільства, до вироблення сталої парадигми цінності індивіда як соціалізованої особистості, а також до виховання та підтримки образу соціоорієнтованого підприємця, керівника, лідера, особистості, які сприятимуть виробленню українського соціального мейнстріму.

ФУНКЦІОНАЛЬНІ РИСИ ТА ЯКОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМЦЯ.

Соціальне підприємництво виступає, з одного боку, як свобода, а з іншого – це інший тип мислення, це здатність вирізнити соціальні проблеми та проблеми соціалізації та можливість знаходити шляхи самостійного вирішення проблем за допомогою бізнесу. Основну роль, а в більшості випадків – вирішальну, у виборі зазначеної підприємницької діяльності відіграє керівник або певний лідер. Світогляд керівників організації, що в даному випадку будуть суголосні з діяльністю соціальних працівників, їх вміння та бажання займатись прибутковою діяльністю у сфері соціального підприємництва стає визначальним та основоположним, таким, що впливає на колектив та, в подальшому, на соціум.

Лідерство в соціальному підприємстві спирається на етику, чесність і досвід, також на співчуття і пристрасть, володіння професійними комунікативними навичками та емпатією. Без цих ознак лідери рідко встановлюють сильні системи підтримки і не мають мотивації для виховання нових лідерів. В сучасних умовах лідерство дасть нам змогу підняти людське бачення на рівень більш широкого світогляду, вивести ефективність

діяльності людини на рівень вищих стандартів, а також сформувати особистість, здатну досягти великих результатів за допомогою своїх неординарних здібностей.

На думку дослідників, соціальний підприємець відіграє роль соціального інноватора. Історик Дж. Мокір виявив, що, хоча в деяких випадках підприємці могли використовувати наукове знання, інноватори зазвичай йшли попереду науки, спираючись тільки на свої здогади і експерименти. Серед рис, якими володіють підприємці, яскраво вирізняється здатність бачити і використовувати нові можливості, мотивація та активність, які є допоміжними факторами у прийнятті неминучого ризику [8]. Підприємець мислить творчо і продукує нові рішення, які значно поривають з вже існуючими схемами. Соціальний підприємець не намагається оптимізувати існуючу систему з незначними змінами, але замість цього знаходить абсолютно новий спосіб підходу до проблеми. Не менш важливих якостей підприємця як здатність активно діяти, замість того, щоб чекати, втручатися або переконувати когось вирішити певну проблему таким чином; підприємці демонструють мужність, постійно ризикуючи протягом усього процесу інновацій; мають стійкість до прийняття творчих рішень, підприємець повинен бути в змозі знайти творчі шляхи навколо перешкод і проблем, які виникають [6].

Інколи нестандартність рішень осмислюється як креативність. Досить ґрунтовно розробив теорію креативного класу Р. Флоріда, який звернув увагу на його трансформуючу роль по відношенню до сучасного суспільства. Більшість теоретичних доробок вченого можна перенести і на соціальних підприємців, як головних суб'єктів соціальних інновацій. Робиться акцент на економічній складовій креативного класу та виділенні соціального підприємця як економічного класу і ствердженні, що його економічна функція підтримує і визначає культурні рішення креативних професіоналів так само, як і їх стиль життя [9]. Певний ріст креативного класу вчений вбачає в змінах пріоритетів та цінностей цієї групи суспільства. На основі ряду інтерв'ю та фокус-груп Р. Флоріда виокремив основні напрямки набутих цінностей, що по своїй суті представляють, в деяких випадках, суміш традиційних і нових цінностей. Члени цього класу безумовно надають перевагу оточенню та організаціям, в яких є місце для кожного і де кожен може досягти успіху, цінять особисті навички та здобутки а також здатність йти до своєї цілі і бути вірним своїй справі. Гроші як показник професійних



здобутків (меритократія) у представників цього класу відходять на другий план. Представники креативного класу демонструють стійку прихильність індивідуальній своєрідності та самоствердженню. Вони не бажають підкорятися інструкціям зі сторони організацій та інститутів і чинять опір традиційним груповим нормам [9]. Звичайно, таке твердження носить узагальнюючий декларативний характер, а не визнане правило, хоча, дійсно, більшість соціальних підприємців, перш ніж продукувати нові ідеї, були невдоволеними існуючими нормами та порядками. Саме їх індивідуальність та здатність критично дивитись на стан речей є одними з рушійних факторів. Також визначальними факторами діяльності лідера виступають різноманітність та відкритість, відсутність упередженості, заперечення звичних стереотипів щодо своєрідного «відгородження, відмежованості» від соціально незахищених верств населення. Разом з тим, загалом інновація вимагає дещо більшого ніж просто креативності.

Майже кожен з нас має уявлення про те, як змінити світ, але лише деякі з цього кола людей мають достатні навички, сміливість та впевненість реалізувати ці ідеї. На думку польських дослідників, соціальний підприємець характеризується справжніми діями, а не тільки наявністю ідей, але і лідерськими навичками, винахідливістю і здатністю переконати інших підтримати його дії – це пробуджує весь наявний потенціал діяти [5]. Зазначимо, що соціальний підприємець, на відміну від креативного класу реалізує свої ідеї в практичному плані.

Шість якостей успішного соціального підприємця виділив Д. Борштейн на основі досліджуваних ним випадків, наголошуючи, що більшість інноваторів, яких він досліджував, не вирізнялись сміливістю і рішучістю у своїх діях. Головна складова, яка відрізняє успішного підприємця від простого підприємця – сила мотивації та готовність виправляти свої помилки. Навіть найуспішніші соціальні підприємства, орієнтовані на суспільні перетворення, як правило, проходять декілька циклів. Їх стратегії, бізнес-моделі змінюються у зв'язку з новими можливостями, що з'являються з існуючою кон'юнктурою ринку. Готовність підприємця виправити свої помилки (в поєднанні з відкритістю по відношенню до ринку і орієнтованістю на природний ріст) представляє собою життєво важливу складову процесу практичної реалізації будь-якої соціальної ідеї [3]. Потяг до постійної самокорекції, зміни, які вимагає час – цілком раціональна характеристика в сучасних умовах. Готовність розділити успіх – друга риса успішного



соціального підприємця, адже чим охочіше підприємець буде ділитися своїми досягненнями, тим більше знайдеться охочих людей допомогти цій справі і тим самим наголошує на масовій залученості різноманітних організацій, підприємств та осіб в цій справі. Будь-яка інновація припускає здатність абстрагуватися від попередніх суджень та оцінок. Під готовністю переступати звичні межі розуміється здатність створювати нові соціальні структури, об'єднувати різних людей, комбінувати такі сили та ресурси, які б звичайне консервативне суспільство не наважилося б зробити, а також готовність працювати без визнання з боку суспільства [3]. Соціальна відповідальність, що стоїть перед інноватором, скоріш допомагає зрозуміти: яких дій та установок вимагає суспільство від соціального підприємця.

Командоутворення має величезне значення для розвитку команди в цілому і кожного учасника окремо. Такі проекти ставлять перед учасниками реальні соціально-значущі завдання і мають конкретний очевидний результат. «Надихаючий» підхід управління спирається на вміння керівників стимулювати команду до високої за суспільним значенням діяльності. Як правило, в таких проектах учасники дублюють функції один одного. Якщо соціальний проект побудований правильно і передбачена його бажана стійкість, для забезпечення ефективності потрібно охопити і залучити якомога більше союзників, людей, які знають про проект, а також здійснити інтервенцію в їх свідомість тих цінностей, які несе соціальний проект. Все ж перехід соціального підприємництва на якісно новий рівень в Україні потребує налагодження міжсекторальної співпраці між органами державної влади та місцевого самоврядування [2].

Більшості підприємств, які несуть в собі соціально направлені задачі, важко заявити про себе як державі, так і масово розрекламувати себе суспільству. Однією з важливих складових соціального підприємництва є те, що соціальні підприємці беруть на себе соціальну відповідальність і вибудовують свій бізнес так, щоб вирішувати проблеми, які стоять перед усім суспільством. В описанні ключових якостей та рис соціального підприємця, згадувалася така складова як соціальна відповідальність за свій бізнес. Варто зазначити, що ця якість не є суто індивідуальною рисою людини, як морально установка тощо, в даному випадку – це одна із умов сучасності. Соціальна відповідальність, що стоїть перед інноватором скоріш допомагає зрозуміти, яких дій та установок вимагає суспільство від соціального підприємця.

Функціональні риси та якості сучасного соціального підприємця в комплексі можуть стати запорукою реалізації основних завдань соціальної роботи для даного лідера або підприємства. З іншого боку, формування прошарку підприємців, що орієнтовані на виділення сегменту прибутку для допомоги соціально незахищеним верствам, створює уявлення про соціум як систему, що схильна до самоорганізації, самодопомоги, а також діяльність зазначених підприємців значно підвищує роль соціокультурної складової у житті всього суспільства. Безумовно, проблемність сприйняття та розвитку саме соціального підприємництва (а не тільки благодійництва, разових допомог тощо) серед самих соціальних адаптантів висуває потребу тлумачення та роз'яснення щодо такого виду діяльності як соціальне підприємництво. Адже значні зрушення і досягнення соціальних змін стануть більш якісними завдяки ініціативі «знизу». Значну роль у процесі впровадження соціального підприємництва, безперечно, відіграють лідери – підприємці – відкриті, із соціоорієнтованим мисленням.

ВИСНОВКИ.

Отже, для сучасного керівника, орієнтованого на соціотворчу роботу, на формування соціальних цінностей, на нашу думку, необхідною є низка якостей, зокрема, швидка реакція на події; визначення оптимальної стратегії діяльності щодо співвіднесення прибутків та залучення їх до вирішення соціальних питань; здатність делегувати обов'язки та дозвіл діяти іншим задля встановлення продуктивних виробничих стосунків; екстраполяція позитивного сприйняття важливості соціального чинника на діяльність як самого колективу, так і впливу на суспільство і, нарешті, власна соціальна відповідальність керівника або лідера. Соціальне підприємництво може стати потужним рушієм соціальних змін та економічного зростання в Україні, адже суспільство виробило стратифікаційний прошарок громадян, у яких сформовано потребу та мотивацію до даної соціальної роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- [1] Березяк, І. (2014) Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*, (25), 31–36.
- [2] Бибик, Д. (2018). Роль лідера в соціальному підприємстві. *Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід* : Зб. матеріалів



Міжнародної науково-практичної конференції 18 травня 2018 р., Київський національний економічний університет, 22-25.

- [3] Борнштейн, Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей (пер. с англ.) М.: Альпина Паблишер, 499.
- [4] Kroik, J. & Skonieczny, J. (2013). Innowacja społeczna a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa [Соціальні інновації та корпоративна соціальна відповідальність]. *Konferencja Innowacje w Zarządzaniu i Inżynierii Produkcji Zakopane*, (1), 164–172.
- [5] Kluczowe czynniki sukcesu (2015). [Ключовий чинник успіху]. *Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050*, 84. Вилучено з https://www.pwc.pl/pl/publikacje/raport_wizja_zrownowazonego_rozwoju_dla_polskiego_biznesu_2050.pdf
- [6] Martin, R. & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition [Соціальне підприємництво: випадок визначення]. *Stanford Social Innovation Review*, 27–39.
- [7] Наумова, М. (2014). Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства. *Україна: аспекти праці*, (4), 34-39.
- [8] Фелпс, Э. (2015). Массовое процветание. Как низовые инновации стали источником рабочих мест, вызовов и изменений [Mass prosperity. How grass-roots innovation has become a source of jobs, challenges, and change]. *Экономическая социология*, (1). 22–38.
- [9] Флорида, Р. (2007). Креативный класс: люди, которые меняют будущее (пер. с англ.). Москва: Издательский дом «Классика – XXI».

REFERENCES:

- [1] Bereznyak, I. (2014) Zarubizhnyj dosvid ta vitchyznjani realiji ctanovlennja sotsialnogo pidpryjemnytsva [Foreign experience and domestic realities of becoming a social enterprise]. *Scientific notes of Ostroh Academy National University, Economy Series*, (25), 31–36.
- [2] Bibik, D. (2018) Rol lidera v sotsianomu pidpryjemstvi [The role of the leader in social enterprise]. Social entrepreneurship: theory, practice and international experience: Proceedings of the International *Scientific and Practical Conference May 18, 2018, Kyiv National University of Economics*, 22-25.
- [3] Bornshejn, D. Kak izmenit mir: Sotsialnoe predprinimatelstvo i sila novykh idej [How to change the world: Social entrepreneurship and the power of new ideas]. *Translated from English. Moscow: Alpina Publisher*, 499.
- [4] Kroik, J. & Skonieczny, J. (2013) Innowatsija spoieczna a spoieczna odpowiedzialnosts przedsiebiorstwa [Social innovation and corporate social

responsibility]. *Conference Innovations in Management and Production Engineering Zakopane*, (1), 164–172.

- [5] Kluchove chynniki sukcesu (2015) [The main factor for success]. *Vision of sustainable development for Polish business in 2050*, 84. Retrieved from https://www.pwc.pl/pl/publikacje/raport_wizja_zrownowazonego_rozwoju_dla_polskiego_biznesu_2050.pdf [In Polska]
- [6] Martin, R. & Osberg, S. (2007) Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*. 27–39.
- [7] Naumova, N. (2014) Sutnist sotsialnogo pidpryjemnytsva ta joho rol u sotsialno-ekonomichnomu rozvytku suspilstva [The essence of social entrepreneurship and its role in the socio-economic development of society]. *Ukraine: aspects of work*, (№4), 34-39.
- [8] Felps, E. (2015) Massovoje protsvetaniye. Kak nizovyje innovatsii stali istochnikom rabochikh mest, vyzovov i izmenenij. *Economic Sociology*, (1), 22-38.
- [9] Florida, R. *Creative class: people who change the future*. Translated from English. Moscow: Publishing House "Classics - XXI", 421.

