

Aleksandr Sayenko
Natalia Demchuk
Irina Rogovska-Ischuk

Social values of ukrainian society: trust, solidarity, responsibility

The article considers the components of such social values as trust, solidarity and responsibility. The characteristic of the level of social values in Ukraine is given, the national and European position on values is revealed, various aspects of trust in public life are revealed. It has been established that trust has the potential of security and reliability, helping to reduce social complexity and uncertainty, which is especially relevant in the modern world. It is proved that the low level of trust in the overwhelming number of public institutions in Ukraine is complicated by a protracted political crisis, significant social stratification, a decrease in the level of well-being, corruption etc.

It is determined that solidarity is an organic property of human beings living in one or another social group. Social responsibility is considered as the moral and ethical, economic, environmental responsibility of economic entities for the influence of their activities on society, the environment in order to achieve sustainable development.

The directions of strengthening of relations of trust and social responsibility are determined. It is proposed to focus on sustainable development, community building, competitiveness and responsibility for achieving strategic goals.

It has been established that social values are the spiritual basis of the development of society. It is noted that trust, solidarity and responsibility support the integrity of society.

It is proved that enterprises that operate on the principle of social and economic solidarity contribute to economic development.

Keywords: values, social values, trust, solidarity, social responsibility.

Надійшла до редакції 03.05.2018 р.

УДК 334.72 : 316.4

© Людмила Прокопець
(Чернівці)

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СУСПІЛЬСТВІ

Соціальне підприємництво для України – це нове явище, яке розвивається завдяки окремим ентузіастам. Саме вони зосереджують увагу на важливі соціальні проблеми, креативно поєднують та втілюють соціальні та бізнес-підходи для створення одночасно соціальної та економічної цінності, вираженої в продукції підприємства.

Соціальне підприємство – це бізнес, спрямований переважно на соціальні цілі, з прибутками, що йдуть на саморозвиток, громадські справи чи вирішення соціальних проблем.

У статті розглядається поняття «соціальне підприємництво», його роль та значення для суспільства. Показано основні критерії соціального підприємництва та виокремлено його суб'єкти. Розкрито соціальний ефект від функціонування соціального підприємництва.

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, суспільство, соціальна місія, підприємницький підхід, соціальна проблема, соціальне багатство, соціальний ефект.

Актуальність. Соціальний неспокій зумовлений несправедливістю, відсутністю демократії, коли немає достатньо можливостей щоб отримати ресурси, необхідні для розробки своїх власних ідей. Відповідно, громадянське суспільство у світі утверджує такі цінності як чесність, рівність, інклюзивність не лише у парламентах, але і на робочих місцях. Поняття життєздатності у наш час стає більш широким і включає не лише комерційну самостійність, а і

поняття екологічної відповідальності та створення суспільного багатства. Для того щоб забезпечити їх, і застосовується сьогодні нова модель бізнесу. Засоби вирішення соціальних проблем є недостатньо ефективними у розв'язанні певних соціальних питань, що спричинює соціальну напруженість та незадоволення у суспільстві. Тому, на сьогодні актуальним є розвиток і функціонування соціального підприємництва, яке ґрунтується на посиленні ролі економічно активних учасників національного ринку в підтримці соціально вразливих категорій громадян та вирішенні соціально значущих питань.

Мета статті. Метою статті є визначення ролі соціального підприємництва в суспільстві.

Основними завданнями дослідження є:

- 1) розкрити сутність поняття «соціальне підприємництво»;
- 2) окреслити роль соціального підприємництва у вирішенні соціальних проблем;
- 3) визначити необхідність розвитку соціального підприємництва в Україні.

Рівень дослідження проблеми. Значний внесок у дослідженні соціального підприємництва, соціальних інновацій зробили такі вчені А. Андрущенко, С. Алворт, М. Баталіна, Ф. Бородкін, Г. Діс, Б. Дрейтон, З. Галушка, І. Кіреєва, Дж. Майр, І. Марті, М. Маклін, А. Московська, Ю. Попов, А. Передо, І. Салій, К. Смаглій, Р. Спір, Л. Тарадіна, В. Удодова та інші. Однак, наявний доробок з цієї проблематики не дає чіткого визначення соціального підприємництва та потребує подальших наукових досліджень.

Виклад основного матеріалу. Соціальне підприємництво – це діяльність із метою вирішення або пом'якшення соціальних проблем на умовах самоокупності, інноваційності та стійкості [6]. За іншим трактуванням, соціальне підприємство – це бізнес, спрямований переважно на соціальні цілі, з прибутками, що йдуть переважно на саморозвиток, громадські справи чи вирішення соціальних проблем [5].

Отже, соціальне підприємництво – це бізнес-рішення соціальної проблеми. Соціальна проблема, яку намагається вирішити соціальний підприємець – це відправна точка його бізнесу. Немає соціальної проблеми – немає соціального підприємництва. Соціальне підприємництво – це новаторська діяльність, баланс соціальних цілей і комерційної складової, де гроші – не мета, але засіб досягнення цих соціальних цілей, що дозволяє підприємцю залишатися стійким і незалежним від постійних донорських вливань.

Основними критеріями соціального підприємництва є:

- соціальна місія;
- підприємницький підхід;
- інноваційність (новаторство у вирішенні соціальної проблеми, нова комбінація ресурсів, нова послуга для регіону тощо);
- тиражування;
- самоокупність і фінансова стійкість.

З історичного погляду, соціальне підприємництво – явище дуже молоде, але це не заважає соціальному бізнесу посідати місце поряд з некомерційними ініціативами, благодійною діяльністю, філантропією та соціальною відповідальністю.

Суб'єкти соціального підприємництва можна розділити на кілька категорій:

- місцеві підприємства;
- соціально відповідальні підприємства;
- фахівці у сфері соціальних послуг;
- соціально-економічні підприємства.

Основа місцевих підприємств складає соціальна активність громади, яка використовує свою культуру і капітал для розширення своїх можливостей, утворюючи власне підприємство. Соціально відповідальні підприємства зосереджені на сталому розвитку на основі ініціатив, спрямованих зазвичай на соціальні вигоди.

Фахівці в галузі соціальних послуг працюють в цій сфері, розширюючи соціальний капітал для різних людей, спільнот і організацій. Соціально-економічні підприємства – це корпорації, що поєднують у своїх цілях отримання прибутку і некомерційні соціальні перетворення в спільнотах. Крім того, існують організації, які займаються розширенням

можливостей власне соціальних підприємців: сконтактовують їх з наставниками, вдосконалюють їхні бізнес-моделі та проводять підготовку до отримання інвестицій [7]. Соціальне підприємництво в сучасному суспільстві передбачає альтруїстичну манеру ведення бізнесу, зосереджену на громадській вигоді, тобто підприємництво стає соціальним, коли воно трансформує соціальний капітал так, що той починає чинити позитивний вплив на суспільство. Отже, звичайне підприємництво відрізняється від соціального підприємництва цілями. Соціальні підприємці прагнуть перетворити суспільство в цілому, а не отримати з нього максимум прибутку, як підприємці класичні.

Вивчаючи термінологічну базу, слід зазначити, що вперше термін «соціальне підприємництво» (social entrepreneurship), використав лауреат Нобелівської премії 2006р. Мохаммед Юнус, його соціальний бізнес – Grameen Bank – ввійшов до хрестоматійних прикладів соціального підприємництва разом із американським містом Індіанapolis та його мером, Гарвардським професором Стефаном Голдсмітом, який дозволив приватним фірмам конкурувати з державним сектором і замінити багато міських сервісів, що функціонують за кошти громадян [1]. За словами Марка Річардсона, термін «соціальне підприємництво» охоплює широкий спектр різноматніних підприємств, які: мають чітку соціальну мету; отримують значну частину своїх доходів від торгівлі; реінвестують більшу частину свого прибутку у соціальну місію [10]. На думку О. Герасимової, директора Pact building local promise в Україні, звичайні складові суспільства: приватний сектор, держаний та соціальний, переходять на новий спосіб ведення бізнесу, створюючи так званий четвертий сектор – соціальний бізнес або соціальне підприємництво [3].

Суб'єктами соціального підприємництва є соціальні підприємства та соціальні підприємці. У той же час, неузгодженості щодо теоретичного осмислення даної категорії, відсутність нормативно-правового визначення основних термінів у цій сфері, ведуть до плутанини, й досить часто до суб'єктів соціального підприємництва відносять благодійні фонди та інші неприбуткові організації, які займаються вирішенням соціальних проблем, але виходячи з розуміння підприємництва як самостійної, ініціативної, прибуткової діяльності, яка здійснюється на власний розсуд та ризик, вказані агенти суспільного життя не можна віднести безпосередньо до соціальних бізнес-структур.

Соціальне підприємництво є виразом, яке стало поширене в різних країнах і регіонах, але не багато людей правильно розуміють його значення. Рушійна сила та головна мета соціального підприємництва – створення соціальної цінності, а не максимізація прибутку. Соціальні підприємці часто мають ринковий і амбітний орієнтир, працюють з використанням методів та інструментів бізнесу для досягнення своїх соціальних цілей.

Результатом успішного соціального підприємництва є економічний розвиток, рівні права, кращий світ, свобода безпечнішого суспільства для всього технологічного, економічного та соціального прогресу. Ці цілі зараз дуже важливі для кожної країни, а особливо для України.

Ключовим словом у категорії соціального підприємництва є «підприємництво», а «соціальність» грає лише модифікуючу роль. Головні властивості підприємництва – створення цінності; «творче руйнування», що перетворює діяльність; пошук змін і використання можливостей. Усе це рівною мірою стосується як підприємництва, так і соціального підприємництва, кожне з яких пропонує нову цінність, долаючи сталу рівновагу. Основна відмінність між підприємництвом та соціальним підприємництвом полягає не в площині мотивації, а у сфері характеристик цінності, що виробляється. У разі звичайного підприємництва – це ринкова цінність, яка може бути виражена в категорії доходу і прибутку. У разі соціального підприємництва – це цінність, що виражається в перевазі, яку одержує значна частина суспільства або суспільство в цілому від виробленої соціальним підприємцем «великомасштабної трансформації». При цьому цільовими групами, яким призначена «цінність», служать найменше захищені і найменш благополучні верстви населення, що не мають фінансових ресурсів або політичних важелів для досягнення «одержуваної в результаті трансформації цінності» власними силами [4].

Соціальне підприємство є формою комерційного підприємства, де власність, контроль, багатства розподіляються рівномірно, що сприяє більш відкритому та чесному суспільству. Соціальне підприємство засноване на цінностях рівності власності та розподілу багатства, рівного залучення, солідарності з людьми з усього світу, чесності у досягненні цілей, відкритості у питаннях діяльності, а також балансу між комерційною складовою, соціальною відповідальністю та турботою про навколишнє середовище.

Соціальне підприємство є привабливим для працівників, так як вони рівною мірою володіють ним та здійснюють над ним контроль. Працівники знають, що вони самі контролюють як витрачаються прибутки підприємства. Соціальне підприємство також є привабливим і для клієнтів, так як вони отримують більше того, за що вони платять: додатковою вартістю є те, що клієнт знає, що частина прибутків соціального підприємства буде використана на соціальні та екологічні цілі.

Соціальне підприємство намагається бути комерційно успішним, екологічно чутливим і створювати суспільне багатство. Успіх соціального підприємства вимірюється потрійним результатом діяльності.

До соціального підприємництва належать так звані покращені моделі [8]: франшиза, яка за аналогією бізнес-моделі означає перенесення будь-якого соціального підприємства з чіткими бізнесовими та соціальними параметрами до іншого ринку або території. У цьому разі важливим є добре розуміння бізнес-моделі, яка може бути використана в іншому місці з не меншим успіхом. Так, наприклад, діє модель благодійних магазинів «Оксфам» (Oxfam) та «Гудвіл» (Goodwill), де покупець франшизи використовує як відому марку, так і бізнес-модель, запропоновану цією маркою, для потреб здійснення місії допомоги знедоленим. Іншим прикладом покращеної моделі соціального підприємства є об'єднання благодійної організації та бізнес-структури у спільне підприємство, де кожен партнер вносить свою частку у спільний бізнес заради соціальної мети [9].

Фінансова незалежність, створення суспільного багатства, відповідальність за навколишнє середовище визначають планування та діяльність підприємства, виступають критеріями для оцінки успіху. Суспільне багатство можна визначити як переваги та прибутки, отримані групою людей, які організувалися для досягнення певних цілей і результатів. Ці переваги та прибутки неможливо здобути індивідуально, а лише колективно. Те, як соціальне підприємство сприяє суспільному багатству, залежить від виду його комерційної діяльності. Це може бути надання допомоги персоналу у професійному рості, закупівля у певних постачальників, які співпрацюють з рухом «Чесна торгівля» (Fairtrade), надання фінансових грантів місцевій громаді, або ж пожертва відсотку доходів на благодійність.

Отже, соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність, яка спрямована на пом'якшення або вирішення соціальних проблем, і характеризується такими основними ознаками:

- соціальний дії – цільова спрямованість на вирішення/пом'якшення існуючих соціальних проблем, стійкі позитивні соціальні результати;
- інноваційність – застосування нових, унікальних підходів, що дозволяють збільшити соціальний вплив;
- самоокупність і фінансова стійкість – здатність соціального підприємства вирішувати соціальні проблеми до тих пір, поки це необхідно і за рахунок доходів, одержуваних від власної діяльності;
- масштабність і тиражність – збільшення масштабу діяльності соціального підприємства (на національному та міжнародному рівні) і розповсюдження досвіду (моделі) з метою збільшення соціального впливу;
- підприємницький підхід – здатність соціального підприємця бачити провали ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які надають довгостроковий позитивний вплив на суспільство в цілому [2].

В Україні соціальне підприємництво має бути створено для зміцнення розвитку демократії. Для успішного використання процесу соціального підприємництва необхідно проводити діяльність у таких сферах як наука (пояснення соціального підприємництва

належним чином), освіта (підготовка фахівців в області соціального підприємництва, належна практика), інформація (популяризація явищ соціального підприємництва).

Висновки. Соціальний ефект від існування соціального підприємництва полягає в тому, що люди отримують можливість заробляти гроші своєю працею в суспільстві, яке негативно відноситься до них і ущемляє їх права. Завдяки соціальному підприємництву з'являються нові ринки, можливості і перспективи. Однак ця діяльність не можлива без підтримки держави, яка через механізми стимулювання повинна визначити стратегію розвитку підприємництва та його взаємодію з соціумом.

Соціальне підприємництво для України – це нове явище, його недостатня кількість не дає змоги говорити про законодавство, закріплення терміна «соціальне підприємництво». Соціальне підприємництво розвивається завдяки окремим ентузіастам, які зосереджують увагу на важливих соціальних проблемах, креативно поєднують та втілюють соціальні та бізнес-підходи для створення одночасно соціальної та економічної цінності, вираженої в продукції підприємства. Соціальне підприємництво в нашій державі є єдиним можливим варіантом часткового вирішення суспільних проблем.

Література

1. Бондар Ю. Власними силами: найкращі проекти соціального бізнесу в Україні // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zeitgeist.platfor.ma>.
2. Википедія – свободна енциклопедія. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org>
3. Герасимова О. Інновації та партнерства заради сталих результатів // Доповідь на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців. Київ, 16.11.2016.
4. Московская А. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России: Препринт WP1/2008/02./ А. Московская, М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина – М.: ГУ ВШЭ. – 2008. – 84 с.
5. Розвиток соціального підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/society/social-enterprise-development>
6. Соціальне підприємство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ufb.org.ua/sector-blagodijnosti/filantropija-u-sviti/trendi/trend-2.htm>
7. Шаповалова Т.В. Соціальне підприємництво і фандрейзинг: навчальний посібник / МФСА – К.: 2016.– 186 с.
8. Alter K. Social Enterprise Typologies [Electronic resource] / K. Alter // Virtue Ventures LLC. – April 2006. – Mode of access: <http://www.4lenses.org/setypology>. – Title from the screen.
9. Hallman T. Microeconomic Development and Social Enterprise in Ukraine: A “Marshall Plan” for Ukraine [Electronic resource] / Terry Hallman. – Mode of access: <http://www.p-ced.com/1/projects/ukraine/national>. – Title from the screen.
10. Richardson M. Social Enterprise : Lessons learned from the UK // Доповідь на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців. Київ, 16.11.2016.

Literature

1. Bondar Yu. “By own forces: the best projects of social business in Ukraine“, Available at: <http://zeitgeist.platfor.ma>.
2. Wikipedia is a free encyclopedia, Available at: <http://en.wikipedia.org>
3. Gerasimova, O. (2016) “Innovation and partnership for the sake of consistent results“ // Report on the 2nd All-Ukrainian Forum of Social Entrepreneurs, Kyiv.
4. Moscow, A. (2008) “Review of experience and concepts of social entrepreneurship, taking into account the possibilities of its application in modern Russia: Preprint WP1 / 2008 / 02. / M.: State University Higher School of Economics, 84 p.
5. Development of social entrepreneurship, Available at: <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/society/social-enterprise-development>
6. Social enterprise, Available at : <http://ufb.org.ua/sector-blagodijnosti/filantropija-u-sviti/trendi/trend-2.htm>
7. Shapovalova, T.V.(2016) “Social entrepreneurship and fundraising: a manual“ / IFAS – K, 186 p.
8. Alter, K. (2006), “Social Enterprise Typologies“ Available at: <http://www.4lenses.org/setypology>.
9. Hallman, T. “Microeconomic Development and Social Enterprise in Ukraine: A “Marshall Plan” for Ukraine“, Available at: <http://www.p-ced.com/1/projects/ukraine/national>.
10. Richardson, M. (2016) “Social Enterprise:Lessons learned from the UK“ // Dopovid na II Vseukrainskomu forumi sotsialnykh pidprijemtsiv, Kyiv.

Social entrepreneurship in society

Social entrepreneurship for Ukraine is a new phenomenon that develops thanks to individual enthusiasts. It is they who focus on important social problems, creatively combine and embody social and business approaches to simultaneously create the social and economic value expressed in the enterprise's products.

A social enterprise is a business focused primarily on social goals, generating revenue for self-development, social affairs, or solving social problems.

Social entrepreneurship is an expression that is widespread in different countries and regions, but many people do not understand its meaning. The driving force and the main goal of social entrepreneurship is to create social value rather than maximize profits.

The social effect of the existence of social entrepreneurship is that people are given the opportunity to make money by their work in a society that affects them negatively and violates their rights. Thanks to social entrepreneurship, new markets, opportunities and prospects are emerging. However, such activity is impossible without the support of the state, which, according to the mechanisms of stimulation, should determine the strategy of entrepreneurship development and its interaction with the society. The insufficient number of social entrepreneurship does not allow talking about legislation, the definition of the concept of «social entrepreneurship». Social entrepreneurship in our country is the only possible option for partial solution of social problems.

Keywords: entrepreneurship, social entrepreneurship, society, social mission, entrepreneurial approach, social problem, social wealth, social effect.

Надійшла до редакції 4.04.2018 р.

УДК 316.354:17.022.01"2008/2017"

**© Орислава Калиняк
(Львів)**

ДИНАМІКА І ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ МІСТА ЛЬВОВА

У статті розглядаються особливості іміджу громадських організацій у середовищі мешканців м. Львова. Досліджується динаміка громадської думки населення міста на основі трьох хвиль опитувань 2008, 2011 та 2017 років. Виявлено основні тенденції розуміння львів'янами громадських організацій та найважливіших сфер їх діяльності, вивчено рівень поінформованості населення про громадські організації. Крім цього, визначено ступінь залученості мешканців міста до діяльності громадських організацій, а також рівень задекларованого бажання респондентів стати частиною їх діяльності. Проаналізовано зміни, які відбулися в громадській думці львів'ян щодо громадського середовища впродовж останніх 10 років. З'ясовано, що громадські організації зберігають позитивний імідж серед мешканців Львова, однак це стосується швидше теоретичного розуміння людьми громадських організацій, яке не знаходить відповідного підтвердження у практичному полі. У зв'язку з цим, зроблено висновок про дещо суперечливий характер розуміння львів'янами особливостей функціонування громадських організацій у місті впродовж 2008-2017 років.

Ключові слова: громадські організації, імідж громадських організацій, громадські рухи, громадська думка, місто, суспільство, соціальні інститути, просвіта.

Постановка проблеми та її актуальність. Сучасне українське суспільство продовжує свої трансформаційні процеси, які не втрачають своєї актуальності вже понад чверть століття. Більше того, останні події призвели лише до загострення трансформаційного дискурсу.