

Давидовська Галина. Основні підходи до класифікації соціальних підприємств. *Економічний дискурс*. 2021. Випуск 1-2. С. 132-137.

DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2021-1-14>

УДК 334.7

JEL Classification L31

Давидовська Галина

к. і. н., старший викладач кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу

Західноукраїнського національного університету

м. Чортків, Україна

E-mail: galina-davidovskaya@ukr.net

ORCID: 0000-0001-7844-6801

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація

Вступ. Соціальне підприємництво є відносно новим явищем для світової науки. До систематизації знань в цій сфері та до самого визначення даного терміну науковці підходять по різному. А це, в свою чергу, обумовило існування різних підходів до класифікації соціальних підприємств. Цілою низкою факторів зумовлена різноманітність класифікаційних ознак: велика кількість соціальних проблем, вирішення яких потребує нових методів ведення бізнесу; нормативно-правова база, що регулює діяльність соціальних підприємств; не чітке розмежування соціального підприємництва та благодійності, корпоративної соціальної відповідальності. Детальна класифікація соціальних підприємств сприятиме ідентифікації підприємств, які будуть максимально відповідати сутності моделі соціального підприємництва.

Методи. Теоретико-методологічною основою для дослідження основних напрямів класифікації соціальних підприємств, які використовуються в світі, стали праці вітчизняних та зарубіжних учених щодо особливостей моделі соціально-орієнтованого підприємництва. У статті було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання: системний аналіз та синтез, дедуктивний та індуктивний методи, методи аналогій, узагальнення і порівняння.

Результати. У статті досліджено різні підходи до класифікації соціального підприємництва, які базуються на основі наступних критеріїв: ступеня інтеграції соціальної програми та бізнес процесів; цілей діяльності та напрямку використання прибутку; місії, наявності доходу від основної діяльності та наявності інноваційної складової; шляхів створення соціальних підприємств; специфіки організації бізнес-діяльності. Всі соціальні підприємства можна умовно розділити на ті, що надають соціальні послуги населенню, та ті, які працевлаштовують соціально вразливі групи населення. Також підприємства поділяються на самоокупні, частково самоокупні та прибуткові, що залежить від рівня прибутковості діяльності суб'єктів господарювання та розмірів створюваного соціального ефекту. Окремо приділяється увага класифікації соціальних підприємств, яка використовується в Каталозі соціальних підприємств України. Наукова новизна одержаних результатів полягає в теоретичному обґрунтуванні і практичному вирішенні доцільності класифікації соціально-орієнтованих підприємств за двома напрямками: соціальним і комерційним.

Перспективи. Подальші наукові дослідження спрямуємо на визначення рівня відповідності підприємства своїй соціально-орієнтованій місії діяльності на основі запропонованої класифікації.

Ключові слова: класифікація соціальних підприємств, соціально-орієнтоване підприємництво, соціальний ефект.

Вступ.

Соціальне підприємництво є відносно новим явищем для світової науки. До систематизації знань в цій сфері та до самого визначення даного терміну науковці підходять по різному. А це, в

свою чергу, обумовило існування різних підходів до класифікації соціальних підприємств. Цілою низкою факторів зумовлена різноманітність класифікаційних ознак: велика кількість соціальних проблем, вирішення яких потребує нових методів ведення бізнесу; нормативно-правова база, що регулює діяльність соціальних підприємств; не чітке розмежування соціального підприємництва та благодійності, корпоративної соціальної відповідальності. Ще більше питання класифікації ускладнюється, коли мова йде про якісно нові різновидності соціального підприємництва. Таким чином, детальна класифікація соціальних підприємств сприятиме ідентифікації підприємств, які будуть максимально відповідати сутності моделі соціального підприємництва.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідженням різних аспектів соціального підприємництва присвячено багато робіт вітчизняних вчених серед яких: Волкова М. В., Галушка З. І., Голуб'як Н. Р., Горішна Н. М., Давидовська Г. І., Дикань В. Л., Довгань О. В., Компанієць В. В., Наумова М., Плахова Е. Н. Питаннями класифікації соціальних підприємств займалися такі іноземні науковці, як: К. Алтер [1], Ю. Арай [2], Марта Ніссенс [3], Дж. Емерсон [4] та ін. Проте на сьогоднішній день ці питання залишаються дискусійними, недостатньо обґрунтованими та потребують подальших досліджень.

Мета.

Метою статті є дослідження та узагальнення існуючих підходів до класифікації соціальних підприємств, які використовуються в світі та розробка класифікації соціально-орієнтованих підприємств в Україні.

Методологія дослідження.

Теоретико-методологічною основою для дослідження основних напрямів класифікації соціальних підприємств, які використовуються в світі, стали праці вітчизняних та зарубіжних учених щодо особливостей моделі соціально-орієнтованого підприємництва. У статті було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання: системний аналіз та синтез, дедуктивний та індуктивний методи, методи аналогій, узагальнення і порівняння.

Результати.

Оскільки на даний час існує багато різних підходів до класифікації соціальних підприємств, класифікувати соціально-орієнтовані підприємства доцільно за двома напрямками: соціальним і комерційним. Згідно соціального спрямування можна визначати рівень відповідності підприємства своїй соціально-орієнтованій місії діяльності. Дану відповідність можна взяти за основу при розробці оподаткування соціальних підприємств.

У 2007 році Кім Альтер (Kim Alter) розробила типологію соціальних підприємств, де показано відмінності між різними формами організацій. Американська дослідниця провела класифікацію соціальних підприємств за рівнем інтеграції соціальної програми й бізнес-діяльності. Відповідно до її класифікації соціальні підприємства поділяються на:

- 1) вбудовані – підприємства неприбуткових установ та організацій, які було створено спеціально для реалізації певних соціальних програм;
- 2) інтегровані – підприємства неприбуткових установ та організацій, які було створено з метою фінансування їх соціальних програм;
- 3) екстерналізовані – підприємства неприбуткових установ та організацій, соціально-орієнтований бізнес яких ніяк не пов'язаний з організаціями-засновниками [1].

За даною класифікацією соціальними підприємствами визнаються виключно бізнес-структури, проте автором не уточнюється, чи повинна бути ця діяльність обов'язково прибутковою.

Значний вклад в дослідження явища соціального підприємництва зробили Г. Діз та Дж. Емерсон. Зокрема в своїх дослідженнях вони піднімають питання класифікації соціальних

підприємств. Так, залежно від мети діяльності та способу розподілу прибутку вони виокремлюють такі різновиди підприємств, як: благодійні, комерційні та гібридні [4; 5].

До благодійних відносяться соціальні підприємства філантропічної спрямованості, метою діяльності яких є створення соціального ефекту. При цьому, джерелом фінансування таких формувань виступають спонсорські та благодійні внески, гранти, які використовуються на реалізацію певних соціальних програм.

Комерційними соціальними підприємствами виступають суб'єкти господарювання, які спеціалізуються на виготовленні товарів чи наданні послуг соціального характеру. Однак при цьому, прибуток не використовується на створення соціального ефекту, а розподіляється всередині підприємства.

Гібридними являються соціальні підприємства, метою діяльності яких є створення одночасно соціальної та економічної цінності, а отриманий прибуток використовується для реалізації соціальної місії та/або розвитку бізнесу, а отже і збільшення у майбутньому соціальних та економічних результатів. Таким чином, до соціальних підприємств в тому визначенні, яке прийняте в світовій науці та практиці, можна віднести тільки гібридні підприємства, так як їхня діяльність безпосередньо пов'язана зі створенням соціального ефекту.

Керуючись класифікацією Г. Діза і Дж. Емерсона, благодійні підприємства не можна вважати соціальними, тому що, по суті, вони виступають своєрідними посередниками між спонсором і споживачем; до них важко віднести поняття підприємства. Комерційні підприємства теж не можна віднести до соціальних, тому що ціллю їхньої діяльності є отримання вигоди для себе, а створення соціального ефекту виступає лише інструментом досягнення своєї мети.

Таким чином, класифікація, запропонована Г. Дізом і Дж. Емерсоном, є недосконалою, тому що не розкриває повністю сутність соціального підприємництва, як явища, що збалансовує в собі соціальну і комерційну (економічну) складові діяльності.

Схожий, але більш ширший за кількістю критеріїв підхід було запропоновано російськими вченими Ю. Арай та Ю. Благовим. Врахування критеріїв місії, наявності або відсутності доходу й інноваційної складової дало змогу їм класифікувати соціальні підприємства наступним чином:

- 1) традиційні неприбуткові установи з соціальними цілями;
- 2) некомерційні соціально-орієнтовані підприємницькі організації – некомерційні організації, що мають соціальну мету, та використовують у своїй діяльності інновації;
- 3) гібридні організації з соціальною місією, підпорядковані метою яких є отримання доходу;
- 4) комерційні соціально-орієнтовані підприємницькі організації, у якій економічна місія співіснує із соціальною [3].

Оригінальний підхід до класифікації соціальних підприємств на основі критерію, що характеризує особливості їх взаємодії з цільовою аудиторією та з ринком їх діяльності, запропонували В. Даванс, К. Альтер та Л. Міллер. Комбінації різних моделей такої взаємодії дозволили їм виокремити наступні типи (за їх визначенням моделі) соціальних підприємств:

- модель підтримки підприємців (entrepreneur support model);
- модель посередника ринку (market intermediary model);
- модель працевлаштування (employment model);
- модель платних послуг (fee-for-service model);
- модель фінансування послуг (service subsidization model);
- модель «зв'язковий ринку» (market linkage model);
- модель підтримки організації (organizational support model).

Дослідження практики функціонування соціальних підприємств показує, що більшість з них не є фінансово самостійними і шукають можливості залучення коштів від бізнес- чи благодійних організацій. Не кожне соціальне підприємство на початку свого існування спроможне прибутково організувати свою діяльність, у більшості випадків новостворені соціальні підприємства орієнтовані

на покриття збитків. Все вищезазначене стало підґрунтям для класифікації за ступенем фінансової спроможності:

- частково самоокупні – соціальні підприємства, які здійснюють бізнес-діяльність безпосередньо спрямовану на вирішення соціальних проблем, за результатами якої вони частково покривають свої витрати та які орієнтовані на залучення зовнішніх джерел фінансування;
- самоокупні – соціальні підприємства, доходи яких від бізнес-діяльності, безпосередньо спрямованої на вирішення соціальних проблем, покривають всі їх витрати і видатки на виробництво та реалізацію товарів, послуг, робіт;
- прибуткові – соціальні підприємства, які спрямовують чистий прибуток на реалізацію соціальних цілей [6].

На відміну від всіх існуючих підходів до класифікації, запропонований критерій рівня фінансової спроможності дає можливість обґрунтувати вибір джерела фінансування і впливає на процес гармонізації його соціальних та бізнес-завдань.

Вартий уваги досвід класифікації соціальних підприємств, який закріплений на законодавчому рівні в Італії. В цій країні передбачено існування двох типів соціальних кооперативів: тих, що надають соціальні, освітні та медичні послуги населенню (група «А») та тих, які створюють можливості для працевлаштування та соціальної інтеграції вразливих верств (група «Б»).

Переважно підприємства групи «А» працюють з вразливими групами населення (інваліди, малозабезпечені), дітьми, пенсіонерами. Підприємства групи «Б» зазвичай працюють в таких сферах як сільське господарство, клінінгові послуги, столярна діяльність тощо.

Таким чином, досвід Італії чітко окреслює два основних напрями діяльності соціальних підприємств: надання соціальних та інших послуг та працевлаштування вразливих груп населення.

Для нашої держави велике практичне значення мають підходи до класифікації, які використані в Каталозі соціальних підприємств України 2016–2017 [7]. З описів соціальних підприємств, що здійснюються в Каталозі, можна виокремити класифікаційні ознаки таких суб'єктів господарювання:

- за способом досягнення соціальної мети (продаж товарів власного виробництва, продаж товарів невласного виробництва, підтримка закладів для вразливих груп населення, підтримка соціально-культурних заходів і проєктів, працевлаштування вразливих груп населення);
- за способом розподілу прибутку (прибуток спрямовується на соціальні цілі, прибуток реінвестується повністю, прибуток реінвестується частково);
- за способом оцінки соціального впливу своєї діяльності (за допомогою фінансової звітності, кількістю проведених заходів, зміною індексу привабливості міста/села, кількістю завершених справ, кількістю створених робочих місць, кількістю однодумців, реакцією громади).

Підходи до класифікації соціальних підприємств, які використовуються в Каталозі, є доцільними для використання та дослідження тому, що вони відображають саме реалії українських соціальних підприємств, які по своїй суті дещо відрізняються від зарубіжних аналогів. Адже причини виникнення соціальних підприємств мають під собою соціальні, економічні, культурні та національно-традиційні основи.

На основі аналізу соціально-економічного стану України та вище вказаних класифікацій досить важливим напрямом діяльності соціального підприємництва, окрім працевлаштування вразливих груп населення та надання соціальних послуг, виступає розвиток громад та зупинення занепаду населених пунктів. Саме для діяльності в даному напрямку було запропоновано нову модель соціального підприємництва – соціально-орієнтовані підприємства. В її сутність закладена ідея, що громада самостійно створює підприємство, на якому будуть працювати жителі даного населеного пункту, а весь або майже весь прибуток буде спрямовуватися в місцевий бюджет [8].

Висновки і перспективи.

Результати проведеного дослідження щодо узагальнення підходів до класифікації соціальних підприємств дають можливість виокремити два основних напрями діяльності таких суб'єктів господарювання: працевлаштування вразливих верств населення та надання соціальних, культурних, освітніх послуг населенню. Найбільше соціальна спрямованість діяльності відображається в такому виді соціального підприємництва як соціально-орієнтоване підприємство, суть якого полягає в тому, що дане підприємство створюється і працює на благо громади. Класифікувати соціально-орієнтовані підприємства можна за двома напрямками: соціальним і комерційним. Згідно соціального спрямування можна визначати рівень відповідності підприємства своїй соціально-орієнтованій місії діяльності.

Подальші наукові дослідження спрямуємо на визначення рівня відповідності підприємства своїй соціально-орієнтованій місії діяльності на основі запропонованої класифікації.

Список використаних джерел

1. Alter K. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC, 2007. 133 p. URL: https://www.globalcube.net/clients/philippson/content/medias/download/SE_typology.pdf
2. Благов Ю., Арай Ю. Социальное предпринимательство: проблемы типологии. *Вестник С.-Петербур. ун-та. Сер. Менеджмент*. 2010. Вып. 3. С. 109–114.
3. Marthe Nyssens (ed.) Social Enterprise. At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society, (Routledge, 2006), p. 4–5.
4. Emerson J., Bonini S., Brehm K. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation. 2003. 182 p.
5. Dees J. G. Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*. Vol. 76 (1). 1998. P. 55–66.
6. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
7. Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. / авт. тексту М. Гончарова, Н. Гусак. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 302 с.
8. Горішна Н. М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Педагогіка. Соціальна робота»*. 2016. Випуск 2 (39). С. 58–59.

Статтю отримано: 10.05.2021 / Рецензування 14.06.2021 / Прийнято до друку: 20.06.2021

Halyna Davydovska

Candidate of Historical Sciences, Senior Lecturer
Department of Fundamental and Specialized Disciplines
Chortkiv Education and Research Institute of Entrepreneurship and Business
West Ukrainian National University
Chortkiv, Ukraine
E-mail: galina-davidovskaya@ukr.net
ORCID: 0000-0001-7844-6801

MAIN APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF SOCIAL ENTERPRISES

Abstract

Introduction. Social entrepreneurship is a relatively new phenomenon for world science. Scientists approach the systematization of knowledge in this field and the very definition of this term in different ways. And this, in turn, led to the existence of different approaches to the classification of social enterprises. A number of factors are due to the variety of classification features: a large number of social problems, the solution of which requires new methods of doing business; regulatory framework governing the activities of social enterprises; not a clear distinction between social entrepreneurship and charity, corporate social responsibility. A detailed classification of social enterprises will help identify enterprises that will best fit the essence of the model of social entrepreneurship.

Methods. The theoretical and methodological basis for the study of the main directions of classification of social enterprises used in the world, were the works of domestic and foreign scientists on the features of the model of socially-oriented entrepreneurship. The article used general and special methods of scientific knowledge: system analysis and synthesis, deductive and inductive methods, methods of analogies, generalizations and comparisons.

Results. The article examines different approaches to the classification of social entrepreneurship, which are based on the following criteria: the degree of integration of the social program and business processes; goals of activity and direction of profit use; mission, the availability of income from core activities and the availability of an innovative component; ways to create social enterprises; specifics of business organization. All social enterprises can be divided into those that provide social services to the population, and those who employ socially vulnerable groups of the population. Also, enterprises are divided into self-financing, partly self-financing and profitable, depending on the level of profitability of business entities and the size of the social effect created. Special attention is paid to the classification of social enterprises, which is used in the Catalog of social enterprises of Ukraine. The scientific novelty of the obtained results lies in the theoretical substantiation and practical solution of the expediency of classification of socially-oriented enterprises in two directions: social and commercial.

Discussion. Further research will focus on determining the level of compliance of the enterprise with its socially-oriented mission on the basis of the proposed classification.

Keywords: the classification of social enterprises, social-oriented entrepreneurship, social effect.

References

1. Alter, K. (2007). Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. Retrieved from https://www.globalcube.net/clients/philippon/content/medias/download/SE_typology.pdf
2. Blahov, Yu., Aray, Yu. (2010). Sotsialnoe predprinimatelstvo: problemy tipologii [Social entrepreneurship: problems of typology]. *Vestnik S.-Peterb. un-ta. Ser. Menedzhment* [Bulletin of St. Petersburg University Series. Management], 3, 109–114. [in Ukr.].
3. Marthe Nyssens (Ed.) (2006). Social Enterprise. At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society, (Routledge), 4–5.
4. Emerson, J., Bonini, S., & Brehm, K. (2003). The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation.
5. Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76 (1), 55–66.
6. Svynchuk A. A., Kornetsky A. O., Honcharova M. A., Nazaruk V. YA., Husak N. Ye., Tumanova A. A. (2017). *Sotsialne pidpryyemnytstvo: vid ideyi do suspilnykh zmin* [Social entrepreneurship: from idea to social change]. Kyiv: TOV «PIDPRYYEMSTVO «VI EN EY».
7. Honcharova, M., & Husak, N. (Eds.). (2017). *Kataloh sotsialnykh pidpryyemstv Ukrainy 2016-2017 rr.* [Catalog of social enterprises of Ukraine 2016-2017]. Kyiv: Vydavnychyy dim «Kyyevo-Mohylyanska akademiya», 302.
8. Horishna, N. M. (2016). Fenomen sotsialnoho pidpryyemnytstva: sutnist i kryteriyi [The phenomenon of social entrepreneurship: essence and criteria]. *Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya «Pedahohika. Sotsialna robota»* [Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series «Pedagogy. Social work»], 2 (39), 58–59. [in Ukr.].

Received: 05.10.2021 / Review 06.14.2021 / Accepted 06.20.2021

