

Секція: Економічні науки

Вербицька Анна Вікторівна

*кандидат наук з державного управління,
завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
Національний університет «Чернігівська політехніка»
м. Чернігів, Україна*

ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ СТИМУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Соціальне підприємництво як агенція соціальних змін у суспільстві сприяє соціально-економічному розвитку країни шляхом використання інноваційних підходів до вирішення проблем суспільства. Виконання суспільної місії соціального підприємства залежить від ступеня взаємовпливу соціальної та економічної складових діяльності. Бізнес-стратегія соціального підприємництва включає такі компоненти як прискорення позитивних змін за рахунок вирішення соціальних проблем; генерування інновацій; застосування бізнес-інструментів, стратегічного планування, маркетингових заходів; демократичне управління.

Економічний вимір соціального підприємництва характеризується особливостями, пов'язаними з тим, що соціальні підприємства загалом мають більше труднощів в отриманні фінансування, ніж класичні ринкові суб'єкти. Економічний аспект, який сприяє створенню доданої вартості соціальних підприємств, відображає їхній доступ до фінансування: при розробці та впровадженні економічних інструментів, спрямованих на підтримку соціальних підприємств, необхідно брати до уваги обмеження розподілу прибутку, підвищену потребу в управлінні ризиками, пов'язаними з реалізацією соціальної місії [1].

Економічні фактори соціального підприємництва відображають змінні, які можуть стимулювати підприємницьку активність соціальних підприємств як синергію економічного та соціального ефектів.

Перша група факторів стимулювання соціального підприємництва – це інструменти фіскальної політики, визначені урядом. Діяльність уряду може стимулювати підприємництво через виявлення прогалин внаслідок зовнішніх чинників або неправильного розподілу ресурсів. Таким способом держава може стимулювати соціальну підприємницьку діяльність через державну політику витрат, наприклад, шляхом покращення розподілу доходів та інвестування в конкретні напрями освіти, досліджень та інновацій у сфері соціального підприємництва.

Завдяки інвестиціям в освіту соціальні підприємці зможуть ефективніше використовувати різноманітні інструменти та зможуть ефективніше використовувати наявні ринкові, грантові, партнерські та інші можливості [2].

До другої групи факторів стимулювання соціального підприємництва відносяться інструменти політики зайнятості. Урядові заходи також можуть опосередковано стимулювати соціальне підприємництво через політику зайнятості. Зменшення безробіття є стимулом для попиту на ринку. Це дає можливість збільшити виробництво, відкриває нові можливості та ринкові ніші, які стимулюватимуть появу нових соціальних підприємців. Відтак, крім того, що соціальне підприємництво створює нові робочі місця, в тому числі для груп населення, які відчувають труднощі у працевлаштуванні в ринкових умовах, спостерігаємо ще один позитивний зв’язок між зайнятістю та соціальним підприємництвом.

До третьої групи факторів стимулювання соціального підприємництва належать фінансові каталізатори. Сьогодні значним фінансовим каталізатором проєктів соціальних підприємств у світі став краудфайдинг як метод збору коштів за допомогою електронних платформ на ті ініціативи,

реалізація яких викликає позитивний суспільний резонанс. Цінність краудфайдингу полягає не лише у фінансовій підтримці ініціатив, більшість з яких відноситься до соціального підприємництва, оскільки, як правило, охоплюють екологічні та соціальні проекти, але й у критичному розгляді проектів зі сторони різних груп стейкхолдерів. Це, у свою чергу, дає змогу удосконалити продукт чи послугу, що пропонується для суспільного споживання у майбутньому.

Останні дослідження, проведені за результатами емпіричного аналізу в 15 країнах ОЕСР, демонструють, що соціальне підприємництво стимулює сталий розвиток. Державна політика, спрямована на заохочення розвитку людського капіталу, працевлаштування та інвестиційна допомога сприяють розвитку соціальному підприємництву [3].

Соціальне підприємництво можна розглядати як діяльність, яка підтримує баланс між комерційними цілями та соціальними викликами. Соціальні підприємці намагаються поєднати за часту конкуруючі економічні та соціальні місії. Створення сприятливої екосистеми для соціального підприємництва у вирішенні комплексу соціально-економічних викликів має стати пріоритетом державної та місцевих політик. Стратегічною метою сектору соціальної економіки є досягнення суспільного визнання соціального підприємництва.

Література

1. Verbytska A. Economic foundations of social entrepreneurship development: national context and foreign experience. *Digital Economy and Economic Security*. 2022. 2(02). С. 33-38. doi: <https://doi.org/10.32782/dees.2-6>
2. Audretsch D.B., Link A.N. Entrepreneurship and knowledge spillovers from the public sector. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2019. 15. P. 195-208.

3. Picazo Méndez Teresa María, Martín Galindo Angel Miguel, Martínez Castaño, Soledad María Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development, *Journal of Innovation & Knowledge (JIK)*, ISSN 2444-569X, Elsevier, Amsterdam. 2021. Vol. 6, Iss. 2. P. 69-77. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>