

perspektyvy` u strategiyi «Yevropa 2020» [Elektronny`j resurs] / I. Stojko, L. Mel`ny`k. // Social`no-ekonomichni problemy` i derzhava. – 2012. – № 1. Rezhy`m dostupu:

<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12siiuse.pdf>

7. Kosenchuk S. L. Suchasny`j stan ta umovy` akty`vizaciyi innovacijnoyi akty`vnosti promy`slovy`x pidpry`yemstv v Ukrayini [Elektronny`j resurs] / S.L. Kosenchuk // Visny`k Dnipropetrovs`koyi derzhavnoyi finansovoyi akademiyi. Rezhy`m dostupu: <http://www.stationline.org.ua/ekonom/57/7669-suchasnij-stan-ta-umovi-aktivizaciyi-innovacijnoyi-aktivnosti-promislovix-pidpriyemstv-v-ukrayini.html>

8. Miroshny`chenko O. Innovacijna akty`vnist` promy`slovy`x pidpry`yemstv Ukrayiny`: stan i tendenciyi [Elektronny`j resurs] / O. Miroshny`chenko // Ekonomika. – 2013. – № 10. Rezhy`m dostupu: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/articles/2013/151/020.pdf>

*Рецензент: Балджи М.Д. д.е.н., професор, зав. каф. економіки та управління національним господарством Одеського національного економічного університету*

18.05.2015

УДК 364 -3:061.1 +658.114/.115

*Свинчук Анастасія*

## **НАПРЯМКИ ВЗАЄМОДІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЙ**

Соціальні підприємства, хоча вони й бізнес-організації та повинні бути самоокупними, потребують підтримки і як з боку держави та суспільства, так і з боку бізнесу, особливо на етапі свого створення та становлення. Саме тому важливим є питанням розробки механізмів взаємодії бізнес-організацій та соціальних підприємств з метою активізації діяльності останніх як дієвого інструмента подолання соціальних проблем. Виходячи з вище зазначеного, у статті була запропонована модель взаємодії бізнес-організацій та соціальних підприємств, яка включає в себе ступінь (високий, середній, низький) та напрямки (реалізація КСВ, підтримка соціальних підприємств,

створення соціальних підприємств) взаємодії таких організацій, а також розглянуті переваги та недоліки такої співпраці.

**Ключові слова:** соціальне підприємство, бізнес-організація, корпорація, співпраця, корпоративна соціальна відповідальність, взаємодія.

*Свинчук Анастасія Анатольевна*

## **НАПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЙ**

Социальные предприятия, хотя они и бизнес-организации и должны быть самокупаемыми, нуждаются в поддержке и как со стороны государства и общества, так и со стороны бизнеса, особенно на этапе своего создания и становления. Именно поэтому важный вопрос заключается в разработке механизмов взаимодействия бизнес-организаций и социальных предприятий с целью активизации деятельности последних как действенного инструмента преодоления социальных проблем. Исходя из выше указанного в статье была предложена модель взаимодействия бизнес-организаций и социальных предприятий, которая включает в себя степень (высокую, среднюю, низкую) и направления (реализация КСО, поддержка социальных предприятий, создание социальных предприятий) взаимодействия таких организаций, а также рассмотрены преимущества и недостатки такого сотрудничества.

**Ключевые слова:** социальное предприятие, бизнес-организация, корпорація, сотрудничество, корпоративная социальная ответственность, взаимодействие

*Svynchuk Anastasiia*

## **AREAS OF INTERACTION OF SOCIAL ENTERPRISES AND BUSINESS ORGANIZATIONS**

Social enterprises, even though they are a business organization, and must be self-sufficient, need support from both the state and society, and on the part of business, especially at the stage of its creation and development. That is why the important issue is the development of mechanisms of interaction of business organizations and social enterprises in order to revitalize the past as an effective tool to overcome social problems. Proceeding from the above mentioned article proposed a model of the interaction of business organizations and social enterprises, which includes the power (high, medium, low) and direction (CSR implementation, support

for social enterprises, creation of social enterprises) interactions of these organizations, and discusses the benefits and disadvantages of such cooperation.

**Keywords:** social enterprise, business organization, corporation, partnership, corporate social responsibility, interaction

**Постановка проблеми.** Вирішення соціальних та економічних проблем є одним із першочергових завдань і як розвинених країн, так і країн, що розвиваються. Саме тому такі організації як соціальні підприємства набули популярності у якості інструменту, що сприяє покращенню соціально-економічного клімату країни шляхом трудової, психологічної та соціальної інтеграції вразливих верств населення.

Незважаючи на те, що соціальні підприємства – це перш за все бізнес-організації, які мають прагнути до самоокупності, вони потребують підтримки і як з боку держави, так і з боку суспільства та бізнесу. При чому останні мають відігравати ключову роль у даному процесі, оскільки держава не спроможна у повній мірі взяти на себе зобов'язання щодо вирішення соціальних проблем, а, отже, і розвитку соціального підприємництва. Відповідно важливим кроком у розвитку соціального підприємництва має стати залучення бізнес-організацій, перш за все корпорацій до цього процесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Взаємодія соціальних підприємств та бізнес-організацій висвітлена у зарубіжних дослідженнях у наступних ракурсах:

- суть партнерства соціальних підприємств та інших організацій, його переваги та недоліки, етапи аналізу такого партнерства [1];
- приклади співробітництва [2,3,4];
- рушійні сили, переваги та недоліки співробітництва [2,3,5;6,с.887];
- напрямки бізнес-підтримки [7];
- створення та діяльність соціальних альянсів [8,9];
- місце теорії соціального обміну та діалектичної теорії у контексті співробітництва корпорацій та соціальних підприємств [6, с.891];

- суперечності, що лежать в основі співпраці корпорацій та соціальних підприємств та їх узгодження [6, с.897];
- модель створення цінності співпраці (Collaborative Value Creation (CVC) framework) для аналізу соціального партнерства між бізнес-організаціями та неприбутковими організаціями [10];
- етапи процесу співпраці бізнес-організацій та неприбуткових організацій [10] чи корпорацій та соціальних підприємств [11];
- фактори, що впливають на вибір партнерів для вище зазначеної співпраці [11];
- кореляційний аналіз змінних партнерства соціальних підприємств та інших організацій [12];
- напрямки удосконалення співпраці між СП та бізнес-організаціями [13].

Однак, незважаючи на значне різноманіття напрямків досліджень у цій сфері, систематизація і теоретичне узагальнення напрямків взаємодії бізнес-організацій та соціальних підприємств ще не здійснено, що і відображає актуальність даного дослідження.

**Метою даної статті** є висвітлення та групування основних варіантів співпраці соціальних підприємств та бізнес-організацій задля ефективного вирішення соціально-економічних проблем.

На сьогоднішній день значна частина і як вітчизняних, так і закордонних компаній зацікавлені не лише в отриманні прибутків, а і в створенні позитивного соціального, екологічного та економічного ефекту, що знайшло відображення у фінансовій підтримці неприбуткових організацій та впровадженні (корпоративної) соціальної відповідальності, а останніми роками у співпраці із соціальними підприємствами.

Така взаємодія має ряд переваг не лише для держави, суспільства, соціальних підприємств, а й для бізнес-організацій, оскільки саме соціальне підприємництво може стати одним із напрямків реалізації корпоративної соціальної відповідальності, окрім цього бізнес-організація може створювати таким чином мультиефект: вирішувати соціальні проблеми, розвивати малий бізнес, створювати нові робочі місця тощо, а також це дасть змогу відслідковувати ефективність використання/витрачання наданих коштів, оскільки соціальні підприємства будуть надавати партнерам/інвесторам комплексний звіт щодо своєї діяльності.

Аналіз закордонної та вітчизняної практики дозволив виокремити декілька існуючих варіантів взаємодії соціальних підприємств та бізнес-організацій та окреслити напрямки потенційного партнерства між цими організаціями, починаючи від участі представників бізнесу в соціальних проектах соціальних підприємств до створення соціальних підприємств у якості окремих підрозділів бізнес-організацій (рис.1).

Дана модель взаємодії соціального підприємства (СП) та бізнес-організації побудована за такими критеріями як ступінь та цілі взаємодії соціального підприємства та бізнес-організації, що є досить зручним для застосування, оскільки існує можливість для вище згаданих організацій зрозуміти на скільки тісно вони хочуть взаємодіяти, а також окреслює широке коло варіантів їх взаємодії.

Разом з тим не можна сказати, що дані варіанти співпраці можуть бути реалізовані на всіх досліджуваних організаціях, оскільки при виборі певного напрямку взаємодії і бізнес-організація, і соціальне підприємство повинні оцінити потенційні переваги і недоліки, що принесе така спільна діяльність (табл.1)

Високий	Довгострокова взаємодія, тісні взаємозв'язки	Бізнес-організація виступає у якості ментора(наставника)	Тісні виробничі зв'язки
	3. Укладання договору щодо купівлі товарів/послуг з конкретним СП у довгостроковій перспективі	6. Фінансування СП у довгостроковій перспективі (інвестиції, позики, кредити)	9. Створення СП як окремого підрозділу для укладання контракту для «примусового асортименту»
Середній	Короткострокова взаємодія, часткові управлінські зв'язки	Взаємодія має тимчасовий характер	Відсутні виробничі зв'язки, контроль з боку материнської компанії
	2. Закупівля товарів/послуг у різних СП	5. Надання коштів у рамках конкретного проекту СП (пожертви) / Фінансування стартапів СП (гранти)	8. Створення СП як дочірнього підприємства
Незначний	Відсутні виробничі зв'язки, взаємодія має точковий характер	Підтримка носить рекомендаційний характер	Незначний контроль з боку інвестора-бізнес-організації
	1. Залучення співробітників бізнес-організації до реалізації проектів СП	4. Консультаційні центри СП з питань фінансів, операційної діяльності, бухгалтерського обліку тощо	7. Створення СП у якості окремого суб'єкта господарювання
	<i>реалізація КСВ</i>	<i>підтримка СП</i>	<i>створення СП</i>

Цілі взаємодії бізнес - організації та соціального підприємства  
Рис.1. Модель взаємодії соціального підприємства та бізнес-організації

Таблиця 1

## Характеристика варіантів взаємодії соціального підприємства та бізнес-організації

№ взаємодії	Суть взаємодії	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
1	Персонал бізнес-організації долучається до реалізації проектів соціального підприємства у соціальній чи бізнес-сфері. Наприклад, організовується централізований збір вживаної одежі.	Для бізнес-організації: реалізувати свою соціальну відповідальність через участь співробітників у проектах, що організовують інші організації; мінімальні затрати коштів та часу; згуртування колективу. Для СП: отримати товари/послуги на безоплатній основі	Короткий термін взаємодії, що не дасть змогу соціальному підприємству отримати повноцінну підтримку. Дана взаємодія може мати одиничний характер.
2	Бізнес-організація може закуповувати певні товари/послуги за необхідності у соціальних підприємств	Для бізнес-організації: реалізувати свою соціальну відповідальність шляхом купівлі товарів послуг, що мають додатковий соціальний чи екологічний ефект. Для соціальних підприємств: розширення кола споживачів, отримання великого замовлення.	Такі договори можуть підписуватися на короткий термін до 1 року, а це в свою чергу не дозволяє соціальному підприємству вважати бізнес-організацію довгостроковим партнером. Існує ризик того, що мале соціальне підприємство може мати не достатньо ресурсів для виконання замовлення. Ризик того, що бізнес-організація по закінченню контракту захоче співпрацювати з іншим соціальним підприємством, яке або випускає/надає інші товари/послуги, або вирішує іншу соціальну проблему.
3	Між бізнес-організацією та соціальним підприємством укладається договір щодо купівлі товарів/послуг на 2-5 років	Бізнес-організація зможе таким чином реалізувати один із довгострокових напрямів реалізації КСВ. Соціальне підприємство отримає постійного клієнта, постійне надходження замовлень та грошових коштів.	Прив'язка до одного соціального підприємства, а це може вплинути на те, що буде важко змінити програму/стратегію КСВ за потреби. Ризик банкрутства соціального підприємства.

1	2	3	4
4	Надання соціальним підприємцям консультацій щодо управління фінансами, організації операційної діяльності, бухгалтерського обліку та звітності, юридичних питань.	Для бізнес-організації: розширення компетенцій її співробітників, реалізація КСВ, створення позитивного іміджу. Для СП: отримання професійних консультацій на безкоштовній основі або за мінімальною ціною.	Використання коштів, наданих у вигляді пожертви, важко відслідкувати. Ризик того, що стартап не реалізується у повноцінне соціальне партнерство Зі збільшенням соціальних підприємств якість наданих послуг може знижуватися
5	Бізнес-організація надає соціальним підприємствам інвестиції/позики для здійснення комерційної діяльності	Відсотки за інвестиціями. Реалізація соціальної відповідальності бізнес-організації Одне із джерел фінансування соціальних підприємств	Ризик банкрутства СП
6	Бізнес-організація, використовуючи власні кошти, створює соціальне підприємство, що буде функціонувати окремо від бізнес-організації	Реалізація соціальної відповідальності бізнес-організації Вирішення соціально-економічних проблем громади Реалізація проекту соціального підприємства «під ключ»	Ризик того, що соціальне підприємство не зможе функціонувати без підтримки бізнес-організації. Ризик того, що соціальне підприємство не зможе втримати баланс між соціальною та економічною метою. Значні витрати коштів
7	Бізнес-організація фінансує створення дочірньої компанії, що буде функціонувати як соціальне підприємство	Соціальне підприємство отримує фінансову та інформаційну підтримку своєї діяльності Довгострокова та на постійній основі реалізація політики соціальної відповідальності	Контроль з боку бізнес-організації може призвести до комерціалізації діяльності соціального підприємства Вплив бізнес-організації на прийняття рішень у соціальній сфері Значні витрати коштів

8	В межах структури бізнес-організації створюється окремий підрозділ, що буде функціонувати як соціальне підприємство та укладається договір відповідно до якого бізнес-організація буде зобов'язана купувати певну кількість товарів/послуг у соціального підприємства, а те в свою чергу надавати певні соціальні послуги/виготовляти соціальні товари	Забезпечення стабільності діяльності СП Довгострокова та на постійній основі реалізація політики соціальної відповідальності.	Жорстка регламентація діяльності соціального підприємства Значна бюрократія Контроль з боку бізнес-організації може призвести до комерціалізації діяльності соціального підприємства Значні витрати коштів
---	--	--	---

В таблиці подані змістовні варіанти сутності взаємодії між соціальним підприємством та бізнес-організацією, які включають:

1. Персонал бізнес-організації долучається до реалізації проектів соціального підприємства у соціальній чи бізнес-сфері.
2. Бізнес-організація може закуповувати певні товари/послуги за необхідності у соціальних підприємств.
3. Між бізнес-організацією та соціальним підприємством укладається договір щодо купівлі товарів/послуг на 2-5 років.
4. Надання соціальним підприємцям консультацій.
5. Бізнес-організація соціальним підприємствам інвестиції/позики для здійснення комерційної діяльності.
6. Бізнес-організація створює соціальне підприємство, що буде функціонувати окремо від бізнес-організації.
7. Бізнес-організація фінансує створення дочірньої компанії, що буде функціонувати як соціальне підприємство.

Виходячи з вище зазначеного, можна зробити такі **висновки**:

1. Для розвитку і підтримки діяльності соціальних підприємств необхідно залучати не лише державу та громаду, а й бізнес-організації, оскільки на сьогоднішній день держава не спроможна самостійно вирішувати соціально-економічні проблеми суспільства.
2. Співпраця бізнес-організацій та соціальних підприємств є вигідною не лише державі (знижує державні витрати/фінансовий тиск) та суспільства (вирішення соціальних, екологічних та економічних проблем), але й для бізнес-організацій, оскільки така співпраця може стати одним із варіантів реалізації соціальної відповідальності та надає можливість відслідковувати ефективність використання наданих



коштів.

3. Співпраця бізнес-організації та соціального підприємства може відбуватися у трьох напрямках: реалізація соціальної відповідальності, підтримка соціальних підприємств, створення соціальних підприємств. Кожен з цих напрямків має ще три варіанти взаємодії залежно від ступеня залучення бізнес-організації до діяльності соціального підприємства.

Зрозуміло, що вибір того чи іншого типу взаємодії соціального підприємства залежить від багатьох чинників (наявних фінансових ресурсів, ступеня зацікавленості бізнес-організації у соціальних підприємствах, напрямку соціальної відповідальності тощо), але тим не менш на сьогоднішній день така співпраця може вважатися одним із найефективніших методів вкладання корпоративних коштів та досить перспективним напрямком реалізації соціальної відповідальності.

### *Література*

1. Henry C. Doing Well by Doing Good? Opportunity recognition and the social enterprise partnership [Електронний ресурс]/ Journal of Social Entrepreneurship – 2015 - Режим доступу: <http://www.isbe.org.uk/content/assets/1.ColetteHenryBP.pdf>

2. Match Winners. A guide to commercial collaborations between social enterprise and private sector business [Електронний ресурс] / Community Action Network - Режим доступу: <http://www.uk.coop/sites/storage/public/downloads/matchwinners05.pdf>

3. Live discussion: How can big businesses collaborate with social enterprises? [Електронний ресурс] / Guardian Professional - Режим доступу: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/live-discussion-social-enterprise-collaboration-big-business>

4. Humphris R. Partnering with social enterprises [Електронний ресурс]// CorpComms Magazine. -2012 - Режим доступу: <http://www.corpcommsmagazine.co.uk/features/2346-partnering-with-social-enterprises>

5. Henry C. Redefining social enterprise: The benefit of collaboration [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.isbe.org.uk/Redefining-social-enterprise-The-benefit-of-collaboration#sthash.p7fyIo4A.dpuf>

6. Di Domenico Maria Laura. The Dialectic of Social Exchange: Theorizing Corporate–Social Enterprise Collaboration [Электронный ресурс]/ Di Domenico Maria Laura, Tracey P., Haugh H. //Organization Studies. – 2009. - vol. 30. - no. 8 p. 887-907 - Режим доступа: [http://www.researchgate.net/profile/Paul\\_Tracey/publication/47654389\\_The\\_dialectic\\_of\\_social\\_exchange\\_theorizing\\_corporate-social\\_enterprise\\_collaboration/links/02e7e51fb811e8e1e8000000.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Paul_Tracey/publication/47654389_The_dialectic_of_social_exchange_theorizing_corporate-social_enterprise_collaboration/links/02e7e51fb811e8e1e8000000.pdf)

7. Allinson G. Business support for social enterprises: findings from a longitudinal study [Электронный ресурс]/ Allinson Gordon, Braidford Paul, Houston Maxine, Robinson Fred, Stone Ian – 2011. - Режим доступа: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/32229/12-566-business-support-for-social-enterprises-longitudinal.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32229/12-566-business-support-for-social-enterprises-longitudinal.pdf)

8. Sakaryaa Sema. Social alliances: Business and social enterprise collaboration for social transformation [Электронный ресурс] / Sakaryaa Sema, Bodurb Muzaffer, Yildirim-Öktema Özlem, Selekler-Göksena Nisan// Journal of Business Research – 2012 - Volume 65 (Issue 12) - pages 1710–1720. - Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296312000446>

9. Austin J. The Collaboration Challenge: Making the Most of Strategic Alliances between Nonprofits and Corporations [Электронный ресурс]// Harvard Business School. Social Enterprise Series. -1999. - No. 6 - Режим доступа: <http://www.hbs.edu/socialenterprise/pdf/SE6CollaborationChallenge.pdf>

10. James E. Value Creation in Business –Nonprofit Collaborations [Электронный ресурс]/ James E., Austin M., May Seitanidi// Harvard Business School. Social Enterprise Series – no. 32 – 2011 - Режим доступа: <http://networkingaction.net/wp-content/uploads/Austin-Value-Creation.pdf>

11. Huybrechts B. The Role of Legitimacy in Social Enterprise-Corporate Collaboration [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/70140/1/Huybrechts%20Nicholls%20The%20Role%20of%20Legitimacy%20in%20Social%20Enterprise-Corporate%20Collaboration.docx>

12. Kim Y. W. “Corporate engagement in social enterprises in Korea: The effect of partnerships on performance” [Электронный ресурс]/ Kim Y. W., Chung S., Lee J.M., Choi Y. K - Режим доступа:

[http://www.google.com.hk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=9&cad=rja&uact=8&ved=0CF4QFjAI&url=http%3A%2F%2Ffileradeurope2013.eu%2Fuploads%2Fpaper%2Fattachment%2F209%2FLee\\_Corporate\\_engaement\\_in\\_social\\_enterprises\\_in\\_Korea.docx&ei=mYw-U6T7LcLolAXd5IHQCw&usg=AFQjCNG6StwbUEPnZx0SDZuX1dnIy8K5Lw&bvm=bv.64125504,d.dGI](http://www.google.com.hk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=9&cad=rja&uact=8&ved=0CF4QFjAI&url=http%3A%2F%2Ffileradeurope2013.eu%2Fuploads%2Fpaper%2Fattachment%2F209%2FLee_Corporate_engaement_in_social_enterprises_in_Korea.docx&ei=mYw-U6T7LcLolAXd5IHQCw&usg=AFQjCNG6StwbUEPnZx0SDZuX1dnIy8K5Lw&bvm=bv.64125504,d.dGI)

13. Anzivino A. Innovation in the Partnership between Businesses and NGOs or Social Enterprises [Електронний ресурс]/ Anzivino A., Bandini F., Baldassarre G. – 2012 - Режим доступу: <http://ssrn.com/abstract=2013088>

*Рецензент: Лігоненко Л.О., д.е.н., професор кафедри менеджменту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім.В.Гетьмана»*

*18.05.2015*

УДК 640.4

*Яворин Дмитрій*

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В УКРАИНЕ**

В статье проанализирована ситуация на рынке общественного питания в Украине в течении последних 5 лет. На основе данных был замечен значительный рост рынка общественного питания, который заключается в постоянном открытии новых заведений, а также в расширении уже существующих сетей. Зафиксированы огромные объемы продаж на рынке общественного питания. Были выявлены причины, из-за которых с начала 2014 года рынок очень пошатнулся, вследствие чего начал падать, а именно ухудшились финансовые показатели заведений. К основным причинам была отнесена политическая ситуация в стране, а именно революционные события, за которыми последовала и экономическая составляющая: рост цен, инфляция, обесценивание национальной валюты. Были сделаны негативные прогнозы касательно тенденции развития рынка в ближайшем будущем.

**Ключевые слова:** общественное питание, рынок