

Іванієнко Віктор Васильович
Кандидат економічних наук, професор
Харківський національний економічний університет імені Семена
Кузнеця
м. Харків, Україна
5591victor.vas@gmail.com

ПРОБЛЕМИ І МОЖЛИВОСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СИСТЕМУ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Анотація: Розглянуто складні питання визначення сутності соціального підприємництва та теоретико-методологічні аспекти вирішення проблеми його імплантації у систему розвитку держави. Наведено сучасні проблеми та перешкоди у розвитку соціальному підприємстві. Визначено напрями, які сприяють розвитку соціального підприємництва. Наведені заходи створюють можливості для розвитку соціального підприємництва в Україні і подальшого розвитку країни в цілому.

Annotation: The complex issues of defining the essence of social entrepreneurship and the theoretical and methodological aspects of solving the problem of its implantation in the state development system are considered. Modern problems and obstacles in the development of social entrepreneurship are presented. Areas that contribute to the development of social entrepreneurship have been identified. These measures create opportunities for the development of social entrepreneurship in Ukraine and further development of the country as a whole.

Проблематика соціального підприємництва стала предметом наукових досліджень з 90-х років ХХ століття, проте ще й досі в науковому середовищі існують розбіжності у його визначенні.

В Україні категорія «соціальне підприємництво» все ще не має широкого розповсюдження. Ми не впевнені щодо її тлумачення і часто плутаємо соціальне підприємництво з соціальною відповідальністю бізнесу як в науці, так і в бізнесі. Для захисту вітчизняної науки варто зауважити, що у світі досі не існує єдиного визначення даної категорії, але більшість із цих визначень говорить про бізнесові механізми вирішення соціальних проблем, створення громад та взаємодопомогу. Більше того, соціальне підприємництво є мультидисциплінарною темою для досліджень, тому що в її концепцію входять не тільки економічні елементи, але і питання моралі та етики, соціальної справедливості та психології [1].

Слід підкреслити, що шляхи від звичайного бізнесу до соціального у наступному: звичайний бізнес – благодійність бізнесу – корпоративна соціальна відповідальність – соціальне підприємництво. З такої точки зору слід розглядати соціальне підприємництво.

Отже, соціальне підприємництво знаходиться на межі благодійного та традиційного підприємництва. Від благодійного підприємництва бере соціальну направленість, а від традиційного – підприємницький підхід.

Серед вітчизняних науковців, що досліджували проблеми в сфері соціального підприємництва, слід відзначити Л. Долуду, Ю. Кірсанова, А. Корнецького, В. Назарука, А. Свинчука, В. Смаль, О. Кожемяченко, О. Солосіч, М. Голуб, М. Гончарова, Н. Гусак, А. Туманова, Т. Лункіна, Г. Іваненко, А. Толстова, С. Сергієнко, І. Босак та ін. Серед закордонних авторів, які досліджували проблема-тику соціального підприємництва, варто згадати таких, як: Дж. Кікал, Т. Лайонс, Дж. Мейр, Шт. Пенья Кік, Дж. Робінсон, К. Хокертс та ін.

Метою цього дослідження є вивчення можливостей імплантації та розвитку соціального підприємництва в Україні в складних сучасних соціально-економічних умовах розвитку суспільства як одного з дієвих інструментів вирішення гострих соціальних проблем держави.

Соціальне підприємництво з точки зору Швец Г.А. в наступному: під соціальним підприємництвом слід розуміти такий вид прибуткової або неприбуткової підприємницької діяльності, який може використовувати інноваційні технології та методи управління з ціллю реалізації соціальної місії та задовольняє потреби всіх категорій населення [2].

Ачкасова О.В. дає наступне визначення цієї категорії: соціальне підприємництво – це діяльність підприємств чи організацій, які функціонують з метою отримання прибутку і його спрямування на виконання соціальної місії в контексті вирішення суспільних проблем, або ж працюють у сфері неприбуткової діяльності [3].

Це найхарактерніші визначення такої складної категорії, як соціальне підприємництво. І вони є досить змістовними. Всі інші визначення вносять до їх змісту лише окремі нюанси.

З авторської точки зору соціальне підприємництво слід розглядати в контексті використання стартапів та інших засобів підприємництва з ціллю реалізації соціальної місії та задовольняє потреби всіх категорій населення.

У кожного соціально підприємства має бути:

- соціальна мета діяльності (зазвичай вона вказується у статуті, на сайті, етикетці, у місії чи окремо у соціальній меті підприємства і прослідковується у всій комунікації бренду);

- бізнес-модель, що сама на себе заробляє (бізнес більшу частину коштів отримує з продажу власних товарів та послуг, частину коштів може залучати з грантів, краудфандингу, соціального інвестування тощо);

- системність вирішення обраної соціальної чи екологічної проблеми (діяльність сфокусована на одній соціальній проблемі чи допомозі обраній вразливій групі не змінюється протягом існування організації);

- чіткий вимірваний вплив діяльності соціального підприємства (наприклад на якість та рівень життя цільової групи або навколишнє середовище) [4].

Звичайне підприємство від соціального відрізняється відповіддю на запитання, що робити з прибутками. Якщо звичайний бізнес власник створює для того, щоб заробляти і витратити отримані кошти (всі прибутки) на власні потреби і бажання, то соціальне підприємство створюється, як машина для

генерування коштів, аби розв'язувати соціальну проблему. Прибутки соціального підприємства у повному обсязі скеровуються на соціальну мету діяльності і зміни у громаді. Власник/керівник підприємства та співробітники отримують щомісячну ринкову заробітну плату і свідомо не претендують на гроші з прибутку.

Соціальні підприємства – це організації різних сфер діяльності, форм власності та головне – способів вирішення соціальної проблеми. Такими компаніями можуть бути:

- підприємства, які створюють робочі місця для вразливих категорій населення;
- організації, які надають соціально важливі послуги;
- громадські організації, які використовують підприємництво для соціальних змін;
- бізнес, який реінвестує частину прибутків на вирішення соціальної проблеми;
- та багато інших способів.

Будь-який бізнес має багато складових своєї діяльності, за якими ми можемо визначити його соціальний напрямок. Тож, як визначити соціальне підприємництво і як відрізнити його від звичайного бізнесу чи благодійного фонду:

- вирішує соціальну проблему;
- несе значущі для громади цінності;
- є самоокупним підприємством;
- має конкретну соціальну мету;
- є інноваційним у вирішенні соціальної проблеми;
- залучення громади до своєї роботи;
- зберігає підприємницький підхід у роботі;
- має позитивний соціальний вплив.

До соціального підприємництва може бути віднесено діяльність певної сукупності організацій всіх трьох секторів національної економіки: державного, бізнесу та третього сектору (некомерційні організації). Наприклад, це діяльність [1]:

- суб'єктів бізнес-сектору, які дотримуються концепції корпоративної соціальної відповідальності;
- неприбуткових організацій третього сектору, які з метою пошуку додаткових джерел фінансування своєї соціальної діяльності започатковують і реалізують підприємницькі комерційні проекти;
- державних організацій, які здійснюють комерціалізацію своєї діяльності з надання соціальних послуг (наприклад, державні університети, державні медичні заклади).

Відповідно до функціонального призначення соціальне підприємництво [5]:

1. надає державні послуги в новий спосіб і задовольняє потреби громади, а також створює робочі місця;
2. збагачує професійний досвід людей та знижує соціальну напругу;

3. відроджує сільські й міські території та поліпшує їхню соціальну інфраструктуру;

4. розширює активність громадян, які можуть вирішувати свої проблеми;

5. підтримує громадські ініціативи, інноваційні проекти й творчу активність.

Розвиток соціального підприємництва є невіддільною складовою розвитку країни та має свої перспективи. Слід зазначити, що ключовими характеристиками організацій, які займаються соціальним підприємництвом є:

- позитивна репутація у спільноті місцевого типу, де широке коло партнерів на місцевому рівні органів влади, ЗМІ та бізнесу;

- орієнтованість на найбільш первинні для території соціальні проблеми;

- забезпеченість найголовнішими технічними та адміністративними ресурсами;

- особливості керівників таких організацій:

- висока активність;

- наявність досвіду роботи в бізнес-секторі та володіння інноваційними технологіями;

- мінімальна конкуренція в даному напрямі діяльності тощо [6].

Сьогодні можна визначити наступні проблеми та перешкоди у соціальному підприємстві:

1. Складності у формуванні стартового капіталу та недоступності фінансових ресурсів;

2. Конкуренція на ринку із некомерційними громадськими організаціями;

3. Обмежені соціальні очікування та суспільна недовіра.

4. Відсутність або недостатність знань та вмінь в управлінні бізнесом;

5. Низький рівень оплати праці співробітників;

6. Вузький та непідготовлений ринок;

7. Труднощі із підбором та навчанням персоналу;

8. Низький рівень мотивації;

9. Бюрократичні перепони та інше [2].

Незважаючи на певні труднощі, розвитку соціального підприємництва сприятиме [7]:

- наявність ефективного підприємницького середовища;

- удосконалення інформаційного забезпечення через формування у регіонах інформаційної бази даних щодо норм чинного законодавства України, інформаційно-аналітичних матеріалів відносно розвитку соціального підприємництва;

- відновлення підприємницької ініціативи та активності людей;

- підвищення соціальної відповідальності;

- стимулювання розвитку економічної конкуренції;

- підтримка соціальних проектів з боку місцевих органів влади;

- налагодження дієвої співпраці між місцевими органами влади і соціальними підприємствами;
- стимулювання соціального підприємництва з боку держави;
- удосконалення системи консалтингових послуг та підготовки фахівців для соціального підприємництва;
- створення мережі соціальних підприємств тощо.

Соціальному підприємництву притаманні ті ж критерії, що й і традиційному підприємництву, зокрема фінансова самостійність, ініціативність, інноваційність, масштабність, ризиковий характер. Поряд з тим йому притаманні і специфічні риси:

- пріоритетність соціальної мети;
- реінвестування прибутку у соціальний розвиток;
- відкритість і прозорість діяльності та публічна звітність [3].

Соціальний підприємець виокремлює проблему, з якою частина населення змиралася і сприймає як даність із тих чи інших причин, та сам розробляє і впроваджує новий спосіб вирішення проблеми – у вигляді послуги чи продукту. Отже, соціальне підприємництво дає можливість часткового і динамічного розв'язання гострих проблем суспільства [8].

Важливою ознакою соціального підприємства є чітко визначена соціальна мета, що задекларована у статутних документах підприємства, та вимірювана соціальна цінність.

За своєю суттю соціальне підприємництво визначається як механізм створення соціальних змін через підприємницьку діяльність. Соціальне підприємство відрізняється від інших підприємств тим, що для соціального підприємства соціальний ефект є прямим цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності [1].

З боку органів місцевого самоврядування підтримка соціального бізнесу здебільшого здійснюється у межах програм підтримки середнього та малого бізнесу. Зокрема, така підтримка у деяких регіонах передбачає:

- відшкодування відсоткових ставок за підприємницькими кредитами;
- надання «маркетингових ваучерів» – відшкодування 50% оплати участі у міських, всеукраїнських та міжнародних виставках;
- роботу центрів підтримки підприємництва, консалтингових центрів допомоги як початківців, так і діючого бізнесу;
- публічних закупівель та соціального замовлення;
- надання приміщень в оренду для громадських організацій за пільговими ставками [9].

В Україні діє проект EUnlocking, який працює над тим, щоб:

- утвердити законодавство для соціального підприємництва;
- мотивувати більшу кількість молоді розпочинати соціальні стартапи та підвищити визнання внеску соціального підприємництва у соціальну інклюзію та зменшення нерівності шляхом комунікаційної діяльності та інформаційних кампаній;

– сприяти доступу до інформації та обміну найкращими практиками щодо соціального підприємництва шляхом створення та підтримки приватної групи соціальних підприємців Facebook у Україні;

– покращити спроможність молодих соціальних підприємців за допомогою навчання на місці, онлайн-курсів навчання з найважливіших та актуальних тем соціального підприємництва;

– підтримувати молодих соціальних підприємців у віддалених районах України шляхом надання юридичних та фінансових консультацій, маркетингу та масштабування бізнесу, психологічної та методичної підтримки, просування, наставництва, допомоги у встановленні зв'язку соціальних підприємств з їх потенційними клієнтами та інвесторами та вирішення проблеми доступу до капіталу для соціальних підприємців тощо [10].

Соціальне підприємництво, на відміну від традиційного бізнесу, несе на собі подвійне навантаження та подвійні ризики: соціальні та економічні.

Це означає, що такий бізнес повинен виділяти частку свого прибутку не на самозбагачення, а на розвиток соціальних проектів, які за своєю суттю є неприбутковими, а іноді навіть збитковими.

Крім того, для досягнення успіху та гарних показників соціальному бізнесу необхідно бути більш професійними, ніж класичним підприємцям через вищезазначене подвійне навантаження. Так, для того, щоб соціальний бізнес був успішним, він повинен однаково гарно вміти вести як бізнес складову, так і вміти орієнтуватися у соціальній складовій і соціальному маркетингу. Відповідно до запропонованого нами проєкту зміни законодавства з боку соціальних підприємств повинен бути постійний вклад (на рівні 30 % від прибутку) або 50 % осіб від тих, що працюють на підприємстві, повинні бути з вразливих верств населення. Деякі експерти пропонують дещо інші обсяги та процентне співвідношення, але в будь-якому варіанті постійний соціальний вклад та послуги для вразливих верств населення є обов'язковою вимогою. Саме мета створення бізнесу є основною відмінністю класичного підприємства від соціального. У першому випадку підприємство створюється з метою збагачення, у другому - для вирішення соціальних завдань.

Для бізнесу соціальна діяльність є побічною, тобто спеціальний фонд був створений після того, як накопичилися надлишки прибутку. Для соціального підприємництва це не побічна діяльність, а основна. Так, якщо бізнес систематично віддає 10 % доходу на соцпотреби, це не означає, що він є соціальним. У цій ситуації краще казати про податкове вирахування в межах діяльності з корпоративної соціальної відповідальності.

На сьогоднішній день в Україні, на жаль, ця діяльність ще нелегалізована. Це означає, що вона юридично не визнана у правовому полі. Не дивлячись на це, соціальне підприємництво існує та досить успішно функціонує як в інших країнах, так і в Україні. Сьогодні в Україні соціальне підприємництво діє в межах малого та середнього бізнесу і як інструмент самофінансування громадських організацій, що прагнуть фінансової сталості. Поки що воно не може охопити великий бізнес за обсягом своєї діяльності та

можливостей. В Україні було декілька спроб прийняти Закон про соціальне підприємництво і усі вони були провалені. Наприклад, у одному законопроекті було дуже широке та розмите визначення поняття та дуже великі податкові пільги. Крім того, законопроекти були визнані небезпечні з точки зору корупційних ризиків.

Ми врахували цей досвід і вирішили запропонувати провести реформування нормативно-правового поля через декілька етапів. Спочатку необхідно ввести визначення соціального підприємництва, порядок реєстрації та перереєстрації. Головне – це вихід соціального бізнесу з тіні (не з фіскальної, а лише з правової, як нелегалізованого виду економічної діяльності) та запровадження єдиного його бачення з різних інститутів: суспільства, споживачів, інвесторів, держави, місцевих влад.

Саме тому першими законодавчими пропозиціями не передбачено ніяких податкових пільг, субвенцій, преференцій тощо.

Ми бачимо головну проблему не в тому, щоб держава надавала податкові пільги, а в тому, щоб інвестори побачили, що соціальне підприємництво взагалі існує. Зараз в Україні є лише одна програма, яка кредитує соціальний бізнес. Але за 7 років завдяки їй було проінвестовано 20 з близько 1000 соціальних проектів. Тому соціальні підприємства вимушені звертатися до міжнародних фондів, де важко довести свій соціальний статус без підтвердження цього у власній країні. Для того, щоб підприємець надав всю інформацію та зробив все необхідне для підтвердження статусу, він зазвичай витрачає на це від 10 до 40 годин на тиждень. Однак це не гарантує позитивний результат і йому може бути відмовлено у підтримці.

Місцевий рівень також підтримує соціальне підприємництво, але ця підтримка є невеликою - не більше 80 тис. грн на стартап, чого дуже часто буває недостатньо.

Тому ми наголошуємо на тому, що зараз важливо надавати соціальному підприємству не податкові пільги, а офіційний статус [11].

В Україні можна спостерігати активний розвиток чотирьох основних типів соціальних підприємств [4]:

1. Перший тип – соціальні сервіси та товари. Такий бізнес працює за інноваційною моделлю. Соціальні підприємства створюють нові послуги: соціальні, освітні, медичні, екологічні, або виготовляють соціально значущі товари, які розв'язують соціальну проблему і приносять прибуток.

До них можна віднести:

- сортувальні станції з переробки вторсировини;
- хоспіси для важкохворих осіб;
- будинки для проживання самотніх людей літнього віку;
- готелі для постраждалих від домашнього насилля;
- кризові центри;
- центри медіації, де можна отримати фахову допомогу для вирішення конфліктних ситуацій у родинах, стосунках батьків та дітей;
- інклюзивні заклади дошкільної чи спеціалізованої освіти;

- приватні медичні сервіси, що надають вчасне лікування соціально небезпечних хвороб;

- виробники слухових апаратів, протезів та інших соціально-значимих товарів тощо;

2. Другий тип – створення робочих місць для людей з вразливих груп. Соціальні підприємства допомагають людям, яким важко конкурувати на ринку праці. Такі люди з об'єктивних причин не можуть знайти собі роботу.

Соціальні підприємства не просто створюють робочі місця, а здійснюють соціальну інтеграцію таких осіб. Для цього у штаті може працювати додатковий спеціаліст-психолог чи супроводжуючий.

Наразі немає спеціалізованого законодавства, яке регулювало б соціальне підприємництво і відсоткову частку працевлаштованих осіб. Тому підприємці самостійно визначають співвідношення працівників у команді виходячи від виробничих процесів та економічної ефективності роботи бізнесу. Часто у регіонах встановлюють власні критерії.

3. Третій тип – генерування прибутку. Такий бізнес створюється, щоб заробляти гроші і скеровувати прибутки на вирішення соціальної або екологічної проблеми.

Як зазначалося вище, різниця між соціальним підприємством і традиційним бізнесом лише в тому, що прибуток зі звичайного бізнесу йде власнику і витрачається так, як він хоче. А прибуток соціально бізнесу фінансує зміни у громаді;

4. Четвертий тип – змішаний. Це соціальний бізнес, що поєднує в собі другий та третій тип. У таких підприємствах працюють люди із вразливих категорій (менше половини від штатних співробітників), а весь прибуток іде на фінансування соціальної мети діяльності.

Враховуючи об'єктивну необхідність імплантації соціального підприємництва в систему розвитку держави, як одного з дієвих інструментів вирішення гострих соціальних проблем, соціальне підприємництво також дасть можливість економити бюджетні кошти на соціальну сферу. Підтвердженням цього є активний розвиток таких підприємств у країнах Європи, уряди яких із цією метою створили потужну інституційну базу.

Література

1. 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. К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ». 2017. 188 с.

2. Швець Г.О. Соціальне підприємництво: теоретичні та практичні аспекти // *Економіка і організація управління*. № 3 (39). 2020. С. 243-251.

3. Ачкасова О.В. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану // *Економіка та суспільство*. Випуск 37. 2022. [Електронний ресурс]. URL :

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1217> (дата звернення: 25.09.2023).

4. Бочарнікова А. Соціальне підприємство відрізняється від звичайного відповіддю на запитання, що робити з прибутками // *Апостроф*. [Електронний ресурс]. URL : <https://apostrophe.ua/ua/article/business/2021-06-15/sotsialnoe-predpriyatye-otlitchaetsya-ot-obyichnogo-otvetom-na-vopros-chto-delat-s-dohodami/40200> (дата звернення: 25.09.2023).

5. Лункіна Т.І., Іваненко Г.Ю. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід // *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. № 15. 2019. С. 142-147. [Електронний ресурс]. URL : <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/15-2019/lunkyna.pdf> (дата звернення: 19.09.2023).

6. Толства А., Сергієнко С. Розвиток соціального підприємництва в Україні: проблеми та можливості // *Вісник економіки, транспорту і промисловості*. № 62. 2018. С. 384-391.

7. Босак І.В. Тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні / І.В. Босак // *Наукові записки*. – 2018. – 1 (56). – С. 154-160.

8. Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Вип. 6. Ч. 2. 2016. С. 129–132.

9. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. EU NEIGHBOURS east : веб-сайт. 2020. [Електронний ресурс] URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf (дата звернення: 21.04.2022).

10. Як проект EUnlocking підтримує соціальне підприємництво? EU NEIGHBOURS east : веб-сайт. [Електронний ресурс]. URL: <https://euneighbourseast.eu/uk/news-and-stories/publications/yak-proyekt-eunlocking-pidtrymuje-soczialne-pidpryyemnycz tvo/> (дата звернення: 21.08.2023).

11. Баранова О. Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби // *Ліга:Закон Бізнес*. [Електронний ресурс]. URL :

biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi (дата звернення: 24.09.2023.).