

УДК 334.78

JEL Classification: D69

Кожемяченко О.О.

старший викладач кафедра економіки та підприємництва

КПІ імені Ігоря Сікорського

Солосіч О. С.

студент кафедра економіки та підприємництва

КПІ імені Ігоря Сікорського

Голуб М. О.

студент кафедра економіки та підприємництва

КПІ імені Ігоря Сікорського

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ

У статті досліджено аспекти соціального підприємництва як окремого соціально-економічного явища, як прояву розвитку і гуманізації соціально-економічної сфери в XXI столітті. Визначені основні ознаки цього явища. Методологічною базою дослідження є методи систематизації, аналізу, індукції та дедукції, статистичний та порівняльний. В ході дослідження ґрунтовно проаналізовано та систематизовано світовий досвід виникнення та провадження соціальної підприємницької діяльності, його нормативно-правове забезпечення з боку окремих держав та певні характерні особливості для різних моделей соціального підприємництва. Розкрито феномен соціального підприємництва, оцінювання якого не можна робити, використовуючи виключно критерії оцінки ефективності бізнесу. Досліджено та обґрунтовано головні проблеми розвитку та становлення соціального підприємництва в Україні, окреслені причини відсутності широкого застосування соціального бізнесу в національній економічній системі. Оцінені переваги і перспективи впровадження соціального підприємництва в Україні. Наведені приклади успішного здійснення соціальної підприємницької діяльності в Україні.

Ключові слова: соціальне підприємництво; соціальне підприємство; корпоративна соціальна відповідальність; світові моделі соціального підприємництва.

Постановка проблеми. Останнім часом світова економічна система зазнає складних структурних перетворень, пов'язаних як з масштабними політичними конфліктами, проблемами клімату, активним застосуванням новітніх ІТ-розробок, здатних трансформувати сам світовий економічний механізм, так і зміни ціннісних орієнтирів розвитку особистості та суспільства в цілому. Це відображає процес еволюції поглядів від меркантильних та експансіоністських до гуманістичних і соціально

направлених. Соціальне підприємництво являє собою закономірний наслідок такої еволюції.

Феномен появи соціального підприємництва як окремої ланки економічної системи, у першу чергу викликаний зміною патерналістських уявлень, щодо функцій і завдань традиційних форм бізнесу, його ролі в якості фактору впливу на існуючі соціальні процеси в державі та проблеми, які їх супроводжують. Соціальне підприємництво стало симбіозом базового поняття підприємства та якісних ознак благодійної організації, поєднуючи прагнення до отримання прибутку із реальним вирішенням суспільно значущих проблем. Досвід економічно розвинутих країн світу показав ефективність даної концепції, а також можливість її існування у різних формах, в залежності від характерних особливостей національних економічних систем.

Однак, не дивлячись на той факт, що сама ідея соціального підприємництва жваво обговорювалася в Україні більше 10 років, вона так і не набула як широкого практичного застосування, так і належного теоретичного осмислення та розуміння конкретних переваг з боку бізнесу та влади.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних засад та функцій соціального підприємництва знайшло своє наукове відображення у працях багатьох іноземних та українських науковців. Практичні доробки з цієї теми є матеріалами багатьох конференцій та семінарів, у тому числі в мережі Інтернет. Засновником поняття соціального підприємництва є Моххамед Юнус [1], інші теоретичні аспекти даного питання втілені у роботах С. Алворда [2], Дж. Діса [3], Дж. Дефорні [4], М. Дейч [5], О. Кірєвої [7], В. Компанієць [7], В. Кулькова [8], А. Передо [9] та ін.

Метою даного дослідження є практичне висвітлення сутності соціального підприємництва як окремого явища з притаманними йому характерними особливостями, аналіз і систематизація іноземного досвіду реалізації цієї форми підприємницької діяльності у національній економічній системі, визначення головних проблем розвитку соціального підприємництва у процесі його становлення в Україні.

Методологія дослідження. Дане дослідження будується на використанні ряду методів наукового підходу, таких як метод систематизації, аналізу, індукції та дедукції, статистичний та порівняльний.

Результати дослідження. Соціальне підприємництво являє собою особливу форму ведення господарської діяльності, яка поєднує у собі елементи комерційної структури разом із функціями і завданнями неприбуткових благодійних організацій. З одного боку, це забезпечує фінансову стабільність та незалежність цієї структури від зовнішніх матеріальних надходжень, а з іншого соціальне підприємство покладає на себе важливі соціальні функції, котрі не є привабливими для представників великого бізнесу, а держава не в змозі забезпечити їх виконання на цьому

рівні. Характерною рисою поняття соціального підприємництва є його інноваційність, а саме соціальна інноваційність, яка втілює у собі ідеї, думки, концепції та управлінські рішення, котрі взаємодіючи між собою формують систему ефективного залучення і використання економічних ресурсів для створення кінцевого продукту у вигляді цільового соціального блага.

Засновник поняття «соціального підприємництва» Лауреат Нобелівської премії з економіки Моххамед Юнус, надає йому широкого тлумачення, відносячи до соціального підприємства будь-яку інноваційну ініціативу, яка має на меті допомогу людям. Він розглядає такий вид підприємництва, як «ідейно-керований бізнес» (cause-driven business), при цьому прями переваги від діяльності даної структури отримує суспільство, а власник соціального бізнесу переважно отримує нематеріальну вигоду.

Сам Моххамед Юнус виділяв два види соціальних підприємств, перші ставили на меті не отримання прибутку, а саме моральну сатисфакцію від провадження соціально важливих заходів, а другі організовували ефективну економічну діяльність власного підприємства, при цьому увесь обсяг прибутку спрямовувався на досягнення соціальної мети [1].

Хрестоматійним прикладом застосування у практичній діяльності базових принципів соціального підприємництва є створений Моххамедом Юнусом Grameen Bank у Бангладеші. Головною метою цієї установи є надання мікрокредитів для бідних селян Бангладешу, при цьому використовується система «солідарних груп», якою передбачено подання групових заяв на отримання кредиту, члени цих груп підтримують один одного у власній економічній діяльності, тим самим гарантуючи повернення боргу.

Відповідно до звіту Grameen Bank за жовтень 2017 року, протягом усього часу існування установа надала кредитів цивільному населенню на суму близько 23 млрд. дол. більш ніж 8,9 млн. позичальників, при цьому питома вага жінок серед них складає 96,6%, адже жінки у таких країнах потрепають від бідності значно частіше, ніж чоловіки [10].

Соціальне підприємництво вже не є новинкою для багатьох країн світу. Воно успішно інтегрувалося в економіку таких держав як США, Великобританія, країн Північної та Західної Європи, при чому специфіка цих держав призвела до виникнення різних моделей «соціального підприємництва».

Однією з найбільш розповсюджених трактувань соціального підприємництва, як явища належить моделі, характерної для країн Північної та Південної Америки, де сильним є вплив капіталістичного устрою США. За цих умов соціальне підприємництво визначається як діяльність недержавних неприбуткових організацій, прибуток яких використовується на фінансування соціальних проєктів, покращення умов життя певній групі населення, або надання їй послуг на вигідних умовах. Державна підтримка у цьому випадку є опосередкованою та дуже

обмеженою, хоча існують державні та федеральні програми працевлаштування людей з певними вадами [4, с. 146].

Слід зазначити, що надання робочих місць соціально незахищеним категоріям населення на той час не було новим явищем: декілька американських неприбуткових організацій розпочали у 1970-х бізнес, який ставив за мету працевлаштування людей з фізичними або психічними вадами. Соціальне підприємство у США може існувати у вигляді різних правових форм, проте характерною рисою американського соціального підприємництва є зосередження уваги перш за все на фінансові результати діяльності та орієнтація на прибуток, що нерідко призводить до нехтування саме соціальної складової.

Іншою не менш популярною дефініцією соціального підприємництва належить Європейській моделі, де на противагу американській моделі прибутковість від такої діяльності не є головним фактором, перевагу надають соціальній місії та ефекту від неї. За цих обставин спостерігається активна підтримка з боку держави у вигляді пільг та дотацій. Допомога головним чином виявилась у створенні нової законодавчої бази, на основі якої розроблюється державна політика з приводу заохочення соціального підприємництва. Принципи демократичного управління бізнесом та його соціальна складова передбачають, що прибуток від його діяльності може бути або реінвестований в підприємство, або спрямований на фінансування соціальної місії, у такому випадку збагачення окремих осіб-засновників є неможливим. До недоліків європейської моделі можна віднести обмеженість у виборі форм та сфер діяльності соціального підприємництва через те, що в більшості країн Європи на законодавчому рівні закріплені певні організаційно-правові форми функціонування соціально орієнтованих підприємств, тому найпоширенішим типом є WISE (work integration social enterprise), тобто підприємства, що займаються залучення до праці вразливих соціальних груп [11, с. 7].

Своєрідним підґрунтям для виникнення соціального підприємництва є зародження та розвиток кооперативного руху в Європі у XIII ст., проте вперше даний вид підприємницької діяльності в тому вигляді, в якому він існує зараз, виник наприкінці 80-х років XX ст. в Італії як результат протидії такому явищу як «старіння нації» та багатьом іншим негативним змінам у демографічній структурі країни, які стали причиною незадоволення потреб населення у сфері працевлаштування. Такі підприємства були традиційно у формі кооперативів, але на відміну від звичних, вони орієнтувалися не тільки на інтереси своїх членів, а і на інтереси громад. Соціальні кооперативи набули досить великої популярності, і у 1991 році уряд Італії узаконив їх діяльність у вигляді двох типів [12, с. 31–36.]:

- група А – надання соціальних, освітніх, медичних послуг населенню;
- група Б – працевлаштування вразливих верств населення та подальша їх інтеграція.

Прикладами діяльності підприємства типу А є:

- місця проживання;
- допомога на дому;
- дитячі заклади (ясла, дит. сади і т.д.);
- заклади охорони здоров'я.

Соціальні підприємства типу Б функціонують у таких напрямках:

- IT-технології;
- охорона навколишнього середовища;
- сільське господарство;
- послуги по прибиранню та пранню;
- друкарська справа;
- ремесло.

Концепція соціального підприємництва у Великобританії почала набирати популярність на початку 2000-х, і вже у 2004 році парламент затвердив нову організаційно-правову форму підприємницької діяльності під назвою «компанія суспільного інтересу». Така діяльність може здійснюватись у будь-якій сфері, проте є чіткі вимоги до структури доходів – більше 50% повинні бути від комерційної діяльності. Також у 2002 році було засновано особливий орган – Social Enterprise UK, який був створений з метою об'єднати всі соціальні підприємства Великобританії.

Інші країни, в яких легалізована та законодавчо визначена діяльність соціальних підприємств: Іспанія, Франція, Бельгія, Угорщина, Чехія, Польща, Словачія, Словенія, Литва.

Проаналізувавши досвід економічно розвинутих країн світу слід зазначити, що Україна має усі можливості до провадження соціального підприємництва, як окремої впливової ланки економічної системи. Утім, досі соціальне підприємництво не набуло широкого застосування в силу об'єктивних причин. У ситуації, що склалася в Україні бачимо, що державі не вистачає достатньо коштів для належного забезпечення покладених на неї соціальних функцій, а у представників традиційного бізнесу відсутнє розуміння поняття «корпоративної соціальної відповідальності». Як влада, так і великий бізнес орієнтуються на потреби широких мас населення. Для перших – це потенційний електорат, для других – засіб отримання надприбутків. В такій ситуації, потреби найбільш незахищених верств, майже ігноруються державою, виправданим є підтримка соціального бізнесу, котрий здатний частково вирішити проблеми малих груп населення.

Виникнення соціального підприємництва як явища напряму пов'язане із загостренням проблем у економічно розвинутих країнах світу. Утім, не можна стверджувати, що лише потреба у вирішенні проблеми є базовим фактором для формування соціальних підприємств у державі. Наприклад, країни Африки, котрі мають значно більшу кількість проблем, ніж країни Європи, мають значно меншу кількість соціальних підприємств, ніж європейці[13].

Поява сильного сегменту соціальних підприємців у структурі українського суспільства нерозривно пов'язано з впровадженням необхідних організаційно-правових норм. Адже, однією з проблем існування таких організацій є відсутність чітко виписаної законодавчої дефініції «соціального підприємництва» та критеріїв відношення до нього у вітчизняних нормативно-правових актах. З одного боку, така законодавча неврегульованість даного питання відкриває можливості до вільного створення таких підприємств, не втискаючись у рамки закону, однак з іншого за таких умов вітчизняні соціальні підприємці позбавлені будь-яких економічних преференцій з боку держави, що слугувало б додатковим стимулом розвитку. Принагідно зазначимо, що формування відповідної законодавчої бази потребує детального вивчення та юридичного оформлення задля уникнення можливих зловживань з боку традиційного бізнесу у майбутньому.

Одним із актуальних питань є відсутність розуміння з боку пересічного громадянина про функції, завдання саму сутність соціального підприємництва. Українське суспільство є не поінформованим про переваги та важливість такої форми господарських відносин. Додатковим ускладнюючим фактором є байдужість засобів масової інформації до соціально важливих проектів та ініціатив, що виникають в українському суспільстві.

Іншою важливою проблемою є відсутність належної освітньої підготовки майбутніх соціальних підприємців (спеціальностей у вищих навчальних закладах, курсів, тренінгів і т.д.). За таких умов українська освітня галузь може формувати лише бізнесменів або благодійників, які не володіють необхідними теоретичними та практичними знаннями для ефективного ведення соціального підприємництва. Створення такої організації потребує чітко сформованого фінансового плану діяльності, стратегії та комерційного розрахунку, разом із визначеними цілями соціальної діяльності підприємства. При цьому, соціальне підприємство не може існувати без одного з вищезгаданих компонентів. За відсутності стратегії економічної діяльності підприємство стане збитковим, а відсутність фінансових ресурсів підставить під сумнів виконання соціальних завдань. У разі невиконання другого компонента соціальне підприємство припинить бути соціальним. Слід також звернути увагу, що якщо підприємство займається випуском товарів, лише застосування маркетингових інструментів інформування населення про соціальну направленість власної організації недостатньо, підприємець мусить забезпечити належне відношення ціна/якість продукту, адже цілі підприємства не є ключовим фактором у виборі споживачем відповідних товарів.

Прикладами успішно функціонуючих соціальних підприємств України є заснований у 1996 році в Одесі фонд «Дорога додому»[14]. Їх основною діяльністю є працевлаштування соціально незахищених верств населення, таких як безпритульні підлітки. Наразі фонд запроваджує

програми з підтримки вимушених переселенців з регіонів проведення антитерористичної операції, забезпечуючи їм нормальний процес адаптації на мирних територіях держави.

Взагалі, більшість соціальних підприємств України займаються в основному подоланням проблем безробіття та надання тимчасових місць проживання безпритульним. Найвідомішими такими організаціями на сьогодні є соціальне підприємство «Вигода» в Житомирі, соціальне підприємство «Злагода» у Краматорську Донецької області, а також спільнота взаємодопомоги «Оселя» (село Винники, Львівська область)[15].

Унікальним для України є громадський ресторан «Urban Space 100», який діє в Івано-Франківську з 2014 року. Даний проект ілюструє збалансоване поєднання усіх необхідних елементів соціального підприємництва, а саме комерційна діяльність, соціальні цілі та демократичний спосіб розподілу та управління прибутками підприємства. Організація була створена завдяки співпраці 100 людей, кожен з яких вніс 1000 у.о, у якості початкових інвестицій у розвиток проекту. Наразі ця організація працює та створює прибуток, 80% якого спрямовується винятково на реалізацію некомерційних проектів з розвитку міста. З 2015 року Urban Space успішно профінансував 38 соціальних проектів, ще 11 на даний момент є на стадії реалізації. Також заклад надає своє приміщення для проведення презентацій, зустрічей та інших заходів освітнього та соціального характеру [16].

Висновки. Внаслідок проведених досліджень було виявлено сутність соціального підприємництва, як окремого виду господарської діяльності, орієнтованого на вирішення проблем соціуму та досягнення соціально важливих цілей. Було проаналізовано два концептуальні підходи до трактування та реалізації цієї особливої форми підприємництва, що представлено у північноамериканській та європейській моделях. Для першої характерна концентрація на бізнес складовій діяльності підприємства для забезпечення відповідних соціальних функцій, у той же час як європейська модель базується саме на соціальній меті підприємства, що підтримується державними нормативно-правовими актами.

Аналіз і систематизація світового досвіду дає можливість сформулювати перелік тактичних завдань для розвитку соціального підприємства в Україні. Задля заохочення даного виду підприємництва необхідно створити сприятливий клімат для розвитку соціальних підприємств, починаючи зі створення відповідного профільного законодавства та юридичного визначення організаційно-правових форм цих підприємств. Державна має всіляко підтримувати діяльність соціальних підприємств, що повинно виявлятися у наданні податкових пільг та субсидій соціальним підприємствам для стимулювання їх розвитку, адже такі підприємства за своєю суттю виконують частину соціальних обов'язків держави у ході ведення власної діяльності. Однією із найбільших проблем розвитку соціального підприємництва є відсутність розуміння цього явища серед широких мас та байдужість влади і засобів масової інформації до осіб, що

намагаються реалізовувати таку концепцію в Україні. Громадяни повинні усвідомлювати, що локальні проблеми соціуму можуть бути вирішені їхніми власними зусиллями, тобто широкого розповсюдження мають набути принципи соціальної відповідальності. Іншою, не менш важливою проблемою є відсутність профільного освітнього забезпечення та відповідних методологічних напрацювань вітчизняних дослідників. Незважаючи на негативні аспекти пов'язані із середовищем функціонування соціальних підприємств в нашій державі, існує ряд успішних організацій, які в повній мірі реалізують концепцію соціального бізнесу в Україні, серед них такі проекти як «Оселя», «Дорога додому», «Urban Space 100» та інші.

Соціальне підприємництво може стати дієвим інструментом стійкого економічного та соціального розвитку країни. Воно надає можливість реалізувати значимі проекти незалежно від державного фінансування або донорів.

Список використаних джерел

1. Юнус М., 2010. *Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма: монография*. Москва: Альпина Бизнес Букс.
2. Дейч М., 2013. Факторы формирования и стимулирования социально ответственного поведения личности, бизнеса, общества, государства в Украине. *Вестник экономической науки Украины*. Том 24, Выпуск № 2, С. 28-35.
3. Кіреєва О.Б., 2011. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики. *Публічне адміністрування: теорія та практика*, [online]. Випуск 2 (6). Доступно: <[http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf). > [Дата звернення 11 листопад 2017].
4. Компанієць, В. В., 2013. Сутність корпоративної соціальної відповідальності: базові підходи західної наукової думки. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. №4, С. 250-255.
5. Кулькова, В. Ю., 2016. Социальное предпринимательство: сущность и основные характеристики. *Среднерусский вестник общественных наук*. Том 11 (№2), С. 119-122.
6. Monthly Report: 2017-10 Issue 454 in USD [online]. Доступно: <<http://www.grameen.com/monthly-report-2016/>> [Дата звернення 08 листопад 2017].
7. Duniam, M., & Eversole, R., 2013. *Social Enterprises and Local Government: A Scoping Study*. Australian Centre of Excellence for Local Government. 23 p.
8. Березяк І. І., 2014. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць*. Випуск 25. С. 31–36.
9. Анастасія Свинчук. Роль держави у розвитку соціального підприємництва: європейський та американський досвід: [online]. Доступно: <<http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-sviti/155>.> [Дата звернення 11 листопад 2017].
10. Благодійний фонд «Дорога додому»: [online]. Доступно: <<http://ua.wayhome.org.ua/>.> [Дата звернення 11 листопад 2017].
11. Каталог соціальних підприємств: [online]. Доступно: <<http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidprijemstva/katalog> > [Дата звернення 11 листопад 2017].
12. Громадський ресторан «Urban Space 100»: [online]. Доступно: <<http://urbanspace.if.ua/uk#idea> > [Дата звернення 11 листопад 2017].

Кожемяченко О. О.

*старший преподаватель факультет менеджмента и маркетинга, кафедра
экономики и предпринимательства
КПИ имени Игоря Сикорского*

Солосич О. С.

*студент факультета менеджмента и маркетинга
КПИ имени Игоря Сикорского*

Голуб М. О.

*студент факультета менеджмента и маркетинга
КПИ имени Игоря Сикорского*

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: МИРОВОЙ ОПЫТ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ

В статье исследованы аспекты социального предпринимательства как отдельного экономического явления, как проявления развития и гуманизации социально-экономической сферы XXI столетия. Определены основные черты этого явления. Методологической базой исследования являются методы систематизации, анализа, индукции и дедукции, статистический метод и метод сравнения. В ходе исследования проанализирован и систематизирован мировой опыт возникновения и внедрения социальной предпринимательской деятельности, его правовая поддержка со стороны отдельных государств, характерные особенности разных моделей социального предпринимательства. Раскрыт феномен социального предпринимательства, оценка которого не может быть проведена, исходя исключительно из критериев экономической эффективности. Исследованы и обоснованы главные проблемы развития и становления социального предпринимательства в Украине, определены причины отсутствия широкого применения социального бизнеса в национальной экономической системе. Оценены преимущества и перспективы внедрения социального предпринимательства в Украине. Приведены примеры успешного осуществления социальной предпринимательской деятельности в Украине.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; социальное предприятие; корпоративная социальная ответственность; мировые модели социального предпринимательства.

Kozhemiachenko O.O.

*assistant professor, Department of Economics and Entrepreneurship Faculty of
Management and Marketing
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute*

Solosich O.S.

*student of Faculty of Management and Marketing,
Igor Sikorsky Kyiv Politechnic Institute*

Golub M.O.

*student of Faculty of Management and Marketing,
Igor Sikorsky Kyiv Politechnic Institute*

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: WORLD EXPERIENCE AND PRACTICAL ASPECTS OF FORMATION

The article explores the aspects of social entrepreneurship as a separate economic phenomenon, as a manifestation of development and humanization of the social and economic sphere of the 21st century. The main features of this phenomenon are determined. Methodological base of the research are methods of systematization, analysis, induction and deduction, statistical method and comparison method. The study analyzed and systematized

the world experience of the emergence and implementation of social entrepreneurship, its legal support from individual states, the characteristics of different models of social entrepreneurship. The phenomenon of social entrepreneurship is revealed, the assessment of which can not be carried out, proceeding solely from the criterion of economic efficiency. The main problems of the development and establishment of social entrepreneurship in Ukraine are investigated and substantiated, and the reasons for the lack of wide application of social business in the national economic system are determined. Advantages and prospects of introduction of social entrepreneurship in Ukraine are estimated. There are given examples of successful implementation of social entrepreneurship in Ukraine.

Keywords: social entrepreneurship; social enterprise; corporate social responsibility; world models of social entrepreneurship.
