

УДК 35:334

DOI <https://doi.org/10.32840/pdu.2022.1.22>**А. О. Комісаренко**аспірант Навчально-наукового інституту
публічного управління та державної служби
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

У статті розкрито сутність самого поняття «соціальне підприємництво», проаналізовані його основні ознаки й характерні особливості, визначені його відмінності як від традиційного бізнесу, так і від волонтерської діяльності. Доведено, що несприятливі економічні та соціальні умови, недостатня розвиненість інституціонального середовища, ціла низка як формальних, так і неформальних бар'єрів в країні стимулюють розвиток і функціонування соціального підприємництва, як необхідної громадської ініціативи для вирішення нагальних проблем населення. Зроблено аналіз соціального підприємництва як важливого сегменту розвитку української економіки, управлінської та соціальної сфери. Визначено сучасні негативні фактори, які впливають на розвиток соціального підприємництва та соціально орієнтованого бізнесу.

Обґрунтовано, що підвищення суспільного добробуту населення країни є одним із результатів економічного зростання в сучасній економіці. Не останню роль в цьому відіграє соціальна сфера. Проте недосконалість механізму державного управління в період переходу до ринкової системи управління, в якому Україна зараз знаходиться, дозволило виявити значне загострення соціальних проблем. Вирішення соціально-гострих проблем, шляхом перерозподілу державних доходів, завжди залишалося прерогативою держави, а не приватного сектору економіки, що націлений в основному на отримання максимально можливого прибутку. Навіть за умови державного регулювання розміру дотацій на вирішення соціальних проблем, не всі соціально-значимі напрямки мають достатнє державне фінансування. Соціальне підприємництво виникло як спроба окремих підприємців поєднати вирішення соціальні проблеми з отриманням прибутку, наявними у них засобами. Дуалістичність феномену соціального підприємництва засноване на застосуванні принципів, інструментів і технологій комерційної підприємницької діяльності, а також на використанні інноваційних методів ведення бізнесу, спрямованих на вирішення актуальних проблем суспільства, таких як: забруднення навколишнього середовища, бідність, безробіття, становище людей з обмеженими можливостями, соціальна нерівність, рівень життя та інші, невирішеність яких, в подальшому може стати причиною економічної нестабільності і ослаблення загального добробуту народу країни.

Ключові слова: соціальна проблема, програма соціального розвитку, уразливі групи населення, бюджетне фінансування, соціально відповідальний бізнес, соціальна місія.

Постановка проблеми. В Україні спостерігається наявність величезної кількості соціальних проблеми, число яких збільшилося з приходом війни і зростатиме надалі, навіть по закінченню військових дій, адже постраждалих буде ще більше, робочих місць менше, а держава, через скрутну економічну ситуацію не зможе піклуватися про кожного свого громадянина в повній мірі. Це означає, що варто вже сьогодні шукати нові інноваційні під-

ходи до вирішення гострих соціальних проблем, аби уникнути соціальної кризи в українському суспільстві.

Комерційні підходи у соціальній сфері широко розповсюджені у світі й добре зарекомендували себе в багатьох країнах, адже такі ініціативи мають фінансову стійкість і значний соціальний ефект. Через недостатню кількість ресурсів в державному бюджеті й відсутність фінансування, громади й окремі їх представники шукають

найкращих сучасних рішень, що відповідають поставленим перед ними викликам, задля вирішення власних проблем.

Отже, соціальне підприємництво розвивається певною мірою, як реакція на поточну складну економічну ситуацію. Застосування бізнес підходів в соціальній сфері широко розповсюджене у світі й поки не має кращої альтернативи, крім того, воно може стати одним з основних інструментів соціальної політики, знявши з неї певний тягар, розділивши відповідальність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед іноземних науковців приділяється набагато більше уваги дослідженню феномену соціального підприємництва, адже в багатьох країнах, наприклад США, Великобританія, Ірландія та Німеччина, такі соціально сприятливі ініціативи широко заохочуються та активно фінансуються. Та варто відзначити, що цікаві наукові розробки з цього питання можна знайти в доробку вчених з Індії та Бразилії.

Глибоко висвітлюють у своїх роботах питання соціального підприємництва С. Алворд, Ф. Перріні, Х. Стівенсон, Дж. Мейр, Дж. Робінсон, Я. Рогалін, С. Вурро, Дж. Віравардена, Е. Нобоа, Е. Шоу, Б. Дрейтон, Дж. Кікал, Г. Морт, Дж. Вей-Скіллерн та деякі інші. Серед вітчизняних учених варто виділити З. Галушка, М. Голуб, О. Кіреєва, В. Удодова, В. Шаповал, О. Кожем'яченко, О. Солосічта інші. При цьому, існує ще багато прогалин, які варто заповнити, проводячи подальші дослідження.

Мета статті аналіз теоретичних та практичних аспектів соціального підприємництва в Україні та пріоритети підвищення його значущості, як інструменту соціальної політики у майбутній перспективі.

Виклад основного матеріалу. Соціальне підприємництво – відносно нове явище, що швидко розвивається в Україні. Основною метою такої діяльності є не отримання прибутку, як у звичайного бізнесу, а створення позитивних інновацій в українському суспільстві, вирішення соціальних проблем, використовуючи отримані прибутки, як інструмент для реалізації вищої мети – захистові уразливих груп населення.

Це і люди, котрі мають дохід менше прожиткового мінімуму, особи з інвалід-

ністю, сироти, учасники бойових дій. А тепер ще вимушені переселенці, українці, що втратили житло, роботу в наслідок збройної агресії росії проти України, громадяни, що опинилися за межею бідності. Тобто, категорія осіб, що потребують захисту, допомоги та піклування суттєво розширилася, в той час, як держава має меншу кількість ресурсів, адже економіка страждає від війни так само сильно, як наші міста від ракет.

Відповідальність можуть взяти на себе свідомі громадяни – власники бізнесів чи потенційні соціальні підприємці. Завданням держави є усіляко популяризувати та підтримувати дану ініціативу, заохочувати та спрощувати ведення такої корисної для всіх діяльності. Це питання не є достатньо опрацьоване, адже при тому, що до війни в Україні уже функціонувало більше 700 підприємств, які, за тими чи іншими критеріями, можна було віднести до соціальних, в українському законодавстві не було передбачено окремої організаційно-правової форми для такої діяльності [2].

Цікаво, що неналежне законодавче оформлення соціального підприємництва може стати не перевагою, а можливістю обрати найбільш оптимальну організаційно-правову форму (ОПФ), як з погляду бізнес-моделі, так і особливостей оподаткування [11]. А от однозначною перевагою для новаторів у сфері соціального підприємництва будуть люди, що мало задіяні в традиційному бізнесу.

Це люди з інвалідністю, внутрішньо-переміщені особи, постраждалі від збройних конфліктів, учасники військових дій, національні меншини, люди похилого віку, молодь з проблемами соціалізації, люди з важкими хронічними захворюваннями, люди, що вийшли з місць позбавлення волі, багатодітні родини [3].

Представники даних категорій можуть мати безліч талантів – навичок і вмій, які соціальний підприємець може задіяти задля отримання прибутку, проте більшість роботодавців, довіряючи усталеним стереотипам відмовлять в працевлаштуванні даним кандидатам.

Загалом, соціальне підприємництво має сьогодні велику лояльність від споживачів та суттєву підтримку з боку міжнарод-

них фондів та організацій, а отже є надзвичайно перспективною та заманливою справою для вітчизняних підприємців [12].

При впевненому, хоч і поступовому, поширенні ідеї соціальних підприємств в Україні, досі відсутнє чітке розуміння й визначення його основних особливостей. Якщо узагальнити існуючі наукові погляди з цього приводу, можна виділити ряд характерних рис. Серед них:

Чітка та зрозуміла соціальна місія діяльності, яка передбачає створення конкретної соціальної цінності. Тут можуть бути різні варіанти – продукування конкретних благ, працевлаштування певних категорій, визначений характер витрат прибутків [10].

Інноваційний підхід до вирішення соціальної проблеми чи реалізації соціальної місії підприємства. Це передбачає можливість масштабування і тиражування ідеї у національному та міжнародному масштабі, тобто можливість ділитися своїм і переймати чужий досвід заради загальної мети – суспільного блага [13].

Використання бізнес методів управління, застосування підприємницьких навиків для отримання прибутку. Отриманий прибуток підприємства, що можуть вважатися соціальними, розглядають не як кінцеву мету, а як надійний засіб для досягнення загальнокорисних соціальних перетворень [4].

Високий рівень відкритості і відповідальності соціального підприємства за результати діяльності перед працівниками, споживачами продукованих благ та загалом суспільством. Передбачається відкрита нефінансова звітність організації, що відображає повну інформацію про економічну, соціальну та екологічну діяльність підприємства. Проте, цей тренд поширюється і дану особливість можна помітити і в деяких традиційних бізнесах [9].

Спираючись на досвід інших країн, можна припустити, що в Україні найбільш затребуваними соціальними підприємствами можуть стати такі, що займаються працевлаштуванням незахищених категорій населення, наприклад, людей з обмеженими можливостями, а також ті, що віддають свій прибуток або більшу його частину на важливі суспільству цілі [1].

Проте, варто зазначити, що існують певні суттєві перепони на шляху роз-

витку соціального підприємництва, серед яких перше місце посідає низька поінформованість українського суспільства з даного питання. Непорядні бізнеси часто бачать кінцевою метою отримання гранту, а не успіх заснованого підприємства, а от активісти, представники неурядових організацій, що працюють якраз заради суспільного блага, частіше за все не мають навичок ведення бізнесу, тож розпочаті ними справи рідко коли мають в подальшому успішну історію розвитку. Тренінги ж з розвитку соціального підприємництва часто мають формальний характер і не приносять користі для своїх учасників.

Крім того, серед українських підприємців експерти відзначають тенденцію до страху перед будь-яким ризиком, невміння залучати значні фінансові ресурси, низький рівень державної підтримки. Також поширений когнітивний стереотип, що соціальна політика – справа виключно держави, адже громадянське суспільство довгий час було інертним, таким, що було нездатне брати на себе відповідальність [8]. Проте, ця тенденція, хоч поступово, та змінюється. Українці все більше відчують себе здатними впливати на рішення, брати відповідальність, піклуватися про оточуючих. На жаль, цьому сприяли зокрема страшні й дуже важкі воєнні часи, що послугували каталізатором для становлення гідного й відповідального суспільства, адже особливістю національного менталітету є саме об'єднання в найтемніші періоди нашої історії.

А також проблемою є вроджена й закріплена десятиліттями недовіра українців до об'єктів господарювання та елементарне незнання чи нерозуміння особливостей новітнього соціального підприємництва – ототожнення його з волонтерством, що на відміну від соціального підприємництва, не має отримувати прибуток від власної діяльності, функціонуючи лише задля допомоги іншим.

Висновки та пропозиції. Сьогодні можна впевнено стверджувати, що соціальне підприємництво має реальні перспективи в Україні і може конкурувати з бюджетним фінансуванням соціальних потреб, від чого виграють усі – і бізнес, і держава і громадяни. Це певний тренд

у становленні сучасної економіки розвинених країн світу, який впроваджується і в Україні. Така інноваційна діяльність сприятиме підвищенню активності суспільства та розвитку громадянської свідомості, допоможе українцям об'єднатися задля вирішення суспільних нагальних проблем та зростання загального добробуту для кожного українця.

Проте, на шляху його впровадження існує ціла низка проблем, як от не сформованість інституцій, відсутність правової регламентації такої форми підприємницької діяльності. Зараз для активного розвитку соціального підприємництва необхідне чітке законодавче визначення і детальне розроблення дієвих регулятивних механізмів [7].

Подальших дискусій потребує питання необхідності податкових пільг та інших різноманітних стимулів для роботи соціальних підприємств. Здавалося б, очевидно, що пільги в оподаткуванні спростили б діяльність таких організацій та посилили б їх потенціал хоча б на етапі створення і початкового розвитку, що потягло б за собою збільшення інвестиційного прибутку у діяльність самих підприємств. Проте, з іншого боку, експертами прогнозується можливе використання тінювих схем та збільшення можливостей для маніпуляцій та зловживань, ризику для ухилення від сплати податків недобросовісними підприємцями.

Можливі і компромісні пропозиції, враховуючи досвід інших країн, як от Швеції, де соціальному підприємцю пропонується скористатися послугами професійного бізнес-консультанта, який зможе проаналізувати всі ризики, перевірити ідею на міцність, скласти бізнес-план з реалізації, а також, виділення грантів на тестування та підтримку в періоди створення, адаптації та розширення діяльності.

Така підтримка є безпрограшним рішенням як для держави, так і для соціального підприємця [6]. Додатковою допомогою може бути пільгове кредитування за умови чіткої обґрунтованості конкретного проєкту. Загалом у розвинутих країнах є низка державних програм, механізмів та політик сприяння та підтримки соціальних підприємств, які ми можемо взяти собі як приклад та адаптувати до наших українських реалій.

Список використаної літератури:

1. Арапетян А., Архипчук О. Чисті прибутки соціального підприємництва. *Практика управління*. 2008. № 7. URL: http://svb.ua/sites/default/files/Social_enterprises.pdf
2. Богатир Н. Соціальне підприємство як неоціненна необхідність для України. Vox Ukraine: аналітична платформа. 15.02.2016. URL: <https://voxukraine.org/2016/02/15/sotsialnepidpriemnytstvo&yak&neotsinenna&neobhid&nist&dlya&ukrainy&ua/>
3. Голуб'як Н. Соціальне підприємство як механізм вирішення соціально-політичних проблем. *S.P.A.C.E.* 2017. № 2. С. 16—20.
4. Гулевська-Черниш А. Соціальне підприємство: європейський зліт vs український реалізм. *Дзеркало тижня*. 2018. 16 березня. URL: https://dt.ua/SOCIUM/socialne-pidpriemnictvo-yevropeyskiy-zlit-vs-ukrayinskiy-realizm-272250_.html
5. Добрава Н. В. Соціальне підприємство. 2015. Вип. 59. С. 112–117. URL: <http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4298/1/.pdf>
6. Каменко І., Виговська-Каменко Т. Соціальне підприємство як відповідь суспільства на соціальні потреби. URL: https://biz.liga-zakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprim-nitstvo-yak-vdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi
7. Кифяк В., Малиш Л. Соціальне підприємство: проблеми та перспективи. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 275–280.
8. Косович Б. Соціальне підприємство в Україні: актуальні питання становлення. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 77–81.
9. Лункіна Т., Іваненко Г. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Modern Economics*. 2019. № 1(5). С. 142–147.
10. Орел Ю. Л. Соціальне підприємство: сучасний стан та перспективи розвитку. *Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу*: матеріали Першої міжнародної науково-практичної конференції (11 грудня 2008 р.) / за заг. ред. О. Ю. Амосова. Харків: ХОМО «Союз молодих підприємців», 2008. С. 87–93.
11. Саприкіна М. Навіщо бізнесу звіти зі сталого розвитку. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/10/31/653160/>
12. Флюнт С. Соціальне підприємство – для громад, а не заради гешефту. *Укра-*

їнський інтерес. 2019. 09 лютого. URL: <https://uain.press/economics/sotsialne-pidpryyemnytstvo-dlya-gromad-a-ne-zarady-gesheftu-995319>

13. Чабарай Г. Підприємці й суперсила. Як в Україні розвивається соціальний бізнес. *Тиждень.ua*. 2018. 16 січня. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/207751>

Komisarenko A. Social entrepreneurship as an instrument of social policy

The article reveals the essence of the concept of "social entrepreneurship", analyzes its main features and characteristics, identifies its differences from both traditional business and volunteering. It has been proved that unfavorable economic and social conditions, insufficient development of the institutional environment, a number of both formal and informal barriers in the country stimulate the development and functioning of social entrepreneurship as a necessary public initiative to address pressing issues. An analysis of social entrepreneurship as an important segment of the development of the Ukrainian economy, management and social sphere. The current negative factors that affect the development of social entrepreneurship and socially oriented business are identified.

It is substantiated that increasing the social welfare of the population is one of the results of economic growth in the modern economy. Not the least role in this is played by the social sphere. However, the imperfection of the mechanism of public administration during the transition to a market system of government, in which Ukraine is now, has revealed a significant exacerbation of social problems. Solving socially acute problems through the redistribution of state revenues has always remained the prerogative of the state, rather than the private sector of the economy, which aims mainly to maximize profits.

Even if the amount of subsidies for solving social problems is regulated by the state, not all socially significant areas have sufficient state funding. Social entrepreneurship emerged as an attempt by individual entrepreneurs to combine the solution of social problems with profit, the means available to them.

The dualism of the phenomenon of social entrepreneurship is based on the application of principles, tools and technologies of commercial entrepreneurship, as well as the use of innovative methods of doing business to address pressing societal issues such as environmental pollution, poverty, unemployment, disability, social inequality, living standards and others, the unresolved issues of which may further cause economic instability and weaken the general well-being of the people of the country.

Key words: *social problem, social development program, vulnerable groups, budget financing, socially responsible business, social mission.*