

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ПАРАДОКСИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Розглядаються проблеми визначення сутності соціального підприємництва як соціально-економічного явища та моделі здійснення господарської діяльності. Аналізуються основні тенденції, проблеми та парадокси соціального підприємництва в Україні.*

**Ключові слова:** інновація, соціальне підприємництво, неприбуткова громадська організація, соціальний підприємець.

Постановка проблеми. Реалізація цілей підвищення соціального, економічного та демократичного рівня життя в Україні до європейського вимагає залучення й активної підтримки з боку всіх учасників - наукових кіл, громадських організацій, органів державної влади та, беззаперечно, підприємницького середовища. Зважаючи на це, особливого значення набуває проблема пошуку інноваційних підходів у розв'язанні гострих соціальних проблем. Як показав світовий досвід, дієвим інструментом є соціальне підприємництво.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема визначення ознак і характеристик соціального підприємництва висвітлюється в працях іноземних науковців Дж. Керліна, А. Кіма, І. Діза, М. Едвардса, Я.-У. Сандаля. Дослідження значення соціального підприємництва та механізму здійснення такого виду бізнесу розглядаються в працях Супрун Н., Галушки З., Мазур І., Варналія З., Набатової О., Коваленко Н., Назарука В. та інших.

Постановка завдання. Основними цілями статті є аналіз тенденцій та особливостей розвитку соціального підприємництва в Україні.

Викладення основного матеріалу дослідження. Аналіз вітчизняної літератури та господарської практики дає підстави стверджувати, що ідеї соціального підприємництва ще не набули широкого розповсюдження в нашій країні. Наразі можемо з упевненістю констатувати факт відсутності єдиного визначення цієї категорії.

У світовій теорії соціального підприємництва виділено декілька основних підходів [3, с. 97].

Згідно з першим, розповсюдженого в країнах Північної та Південної Америки, соціальне підприємництво - це підприємницька діяльність неприбуткових організацій, дохід від якої спрямовується на реалізацію статутних цілей організації, які направлені на вирішення соціальних проблем, надання послуг цільовій групі, заради якої створювалася організація та поліпшення якості життя. Соціальні підприємства в США розглядаються як форма "підприємницької, комерційної діяльності, котру використовують

організації громадянського суспільства для створення доходу, а тим і посилення результативності своєї соціальної місії" [2].

Узагальнюючи американський та європейський досвід, К.Алтер - керівник консалтингової фірми, що спеціалізується на питаннях соціального підприємництва, - визначає соціальне підприємництво як "будь-яке венчурне підприємство, створене із соціальною метою - пом'якшення чи скорочення соціальної проблеми або усунення "провалів" ринку, що функціонує на основі фінансової дисципліни, інновацій та порядку ведення справ, прийнятого в приватному секторі" [6].

Друга група визначень соціального підприємництва підкреслює значущість інноваційної діяльності соціальних підприємців, що спрямована на досягнення істотного соціального ефекту. Ідеться не просто про "нові комбінації" Й. Шумпетера, а про механізм перетворення та якісного розвитку. Г.Діз визначає соціальне підприємництво як поєднання "ентузіазму соціальної місії з діловою дисципліною, інноваційними підходами та рішучістю". Він виділяє п'ять визначальних чинників соціального підприємництва: місія створення та підтримання соціального блага; виявлення та використання нових можливостей для реалізації обраної місії; здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання; рішучість дій, що не обмежується наявними ресурсами; висока відповідальність підприємця за свої дії [7].

Прихильники третього підходу під соціальним підприємництвом розуміють інноваційну підприємницьку діяльність задля соціальних перетворень в суспільствах та громадах. Відмітністю даного підходу є те, що на визначальне місце тут займає соціальний підприємець. Таке розуміння соціального підприємництва поширене у більшості міжнародних фондів, створених для розвитку та підтримання цього напрямку економічної діяльності.

Вважаємо, що між наведеними підходами до визначення соціального підприємництва немає

суттєвих суперечностей, оскільки ознаки та властивості, на яких акцентують увагу одні, не заперечуються іншими. По суті вони доповнюють один одного, описуючи певну частину явища.

Визначення соціального підприємництва багато в чому залежить від емпіричного фокусу - від організацій, які використовуються як база дослідження. Якщо це комерційні підприємства, то визначення акцентуються на адекватності механізму та результатів їх роботи заявленим соціальним цілям і пов'язаним з ними інтересам стейкхолдерів. Якщо це неприбуткові громадські організації, то більша увага приділяється їх фінансовій стійкості та здатності до ефективного менеджменту. Якщо це організації змішаного типу, то акцент зміщується у сферу соціальних перетворень та інновацій, що здійснюють ці організації незалежно від організаційної форми та конкретного співвідношення соціальних та економічних цілей.

Зважаючи на вищевикладене, погоджуємося із Набатовою О. [4, с.8], що соціальне підприємництво повинно розглядатися як діяльність, що має три аспекти: соціальний, ринковий та інноваційний. Соціальний орієнтир визначає основні характерні риси такого виду підприємництва. Відмітність від традиційного полягає у визначенні цінностей та оцінюванні результативності. Ринкова цінність виражається в категоріях доходу і прибутку, а соціальна - у переважанні, яке отримує значна частина суспільства та незахищені верстви населення. Отже, якщо для традиційного підприємництва ефективність оцінюється фінансовими

результатами, то для соціального - це суміш фінансового та соціального ефекту. Прибуток залишається метою, проте не кінцевою - він може за рішенням підприємця реінвестуватися в реалізацію основної соціальної місії. Соціальні підприємці виступають інноваційними новаторами, адже для соціального підприємництва характерне заповнення сфер, не зайнятих традиційним бізнесом, сфер, де межують різні інституційні середовища, що зумовлює поєднання ринкових та неринкових форм взаємодії, пошук можливостей конвертації соціального, культурного та інтелектуального капіталів.

Перші соціальні підприємства в Україні почали виникати ще у 1990-х роках. Незважаючи на це, лише у 2013 році за сприяння вітчизняних та міжнародних грантових фондів вперше було сформовано Каталог соціальних підприємств України [1].

Згідно з даним виданням, в Україні у 2013 році функціонує 42 офіційних соціальних підприємства. Реальна кількість, за оцінками вітчизняних експертів, набагато більша, вона складає більше 200 (Рис. 1). Більшість соціальних підприємств були створені за сприяння донорських організацій та міжнародних грантових фондів. Як бачимо з рисунка, найбільша кількість соціальних підприємств фіксувалася у 2006 році. Це можна пояснити високою активністю надання різних грантів і благодійних внесків міжнародними організаціями. У рік початку світової фінансової кризи кількість соціальних підприємств значно скоротилася.

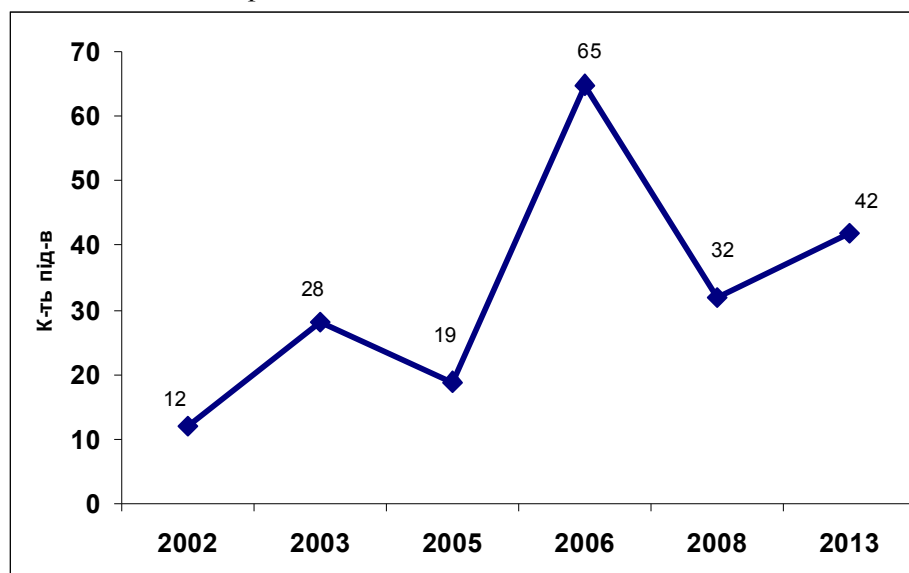


Рис. 1. Динаміка кількості соціальних підприємств в Україні

На рисунку 2 представлено основні групи показників розвитку соціального підприємництва в Україні, які були отримані в процесі опрацювання

каталогу соціальних підприємств України за 2013 рік.

Згідно зі статистичним спостереженнями, 1/3

соціальних підприємств є громадськими організаціями, приблизно стільки ж (29 %) - змішані організації, які включають діяльність як громадських організацій, так й індивідуальних приватних підприємств. ? соціальних підприємств складають підприємства приватної та колективної власності. Поступово збільшується кількість соціальних підприємств, які засновано винятково приватними підприємцями. Сьогодні їх частка складає всього лише 17 %.

Як бачимо, чисельність працюючих на більшості соціальних підприємств України (54,8%) не перевищує 5 осіб. Лише на 9,5 % підприємств працюють більше 10 осіб.

Найбільше соціальних підприємств зосереджено в сфері різноманітних послуг (40 %). Приблизно однакові частки складають соціальні підприємства, які зосереджені на виробництві та сільському господарстві (15 % і 14 % відповідно).

Найменші частки соціальних підприємств припадають на торгівлю (12 %), медицину (11 %) та культуру (8 %).

Соціальні підприємці у розвинутих країнах працюють практично в усіх галузях економіки і суспільного життя. В Україні розвиток соціального підприємництва здійснюється в таких напрямках:

- інтеграція у суспільне життя соціально незахищених категорій населення. Цей напрям включає працевлаштування інвалідів (25 %), а також ресоціалізацію (15 %) застійних безробітних, безпритульних, колишніх в'язнів, осіб, що позбавилися алкогольної та наркотичної залежності, "важких" підлітків);
- лікування та оздоровлення важкохворих, ВІЛ-інфікованих, дітей та пенсіонерів, незахищених верств населення (20 %);
- реалізація культурних (13 %) та екологічних (8 %) проектів.

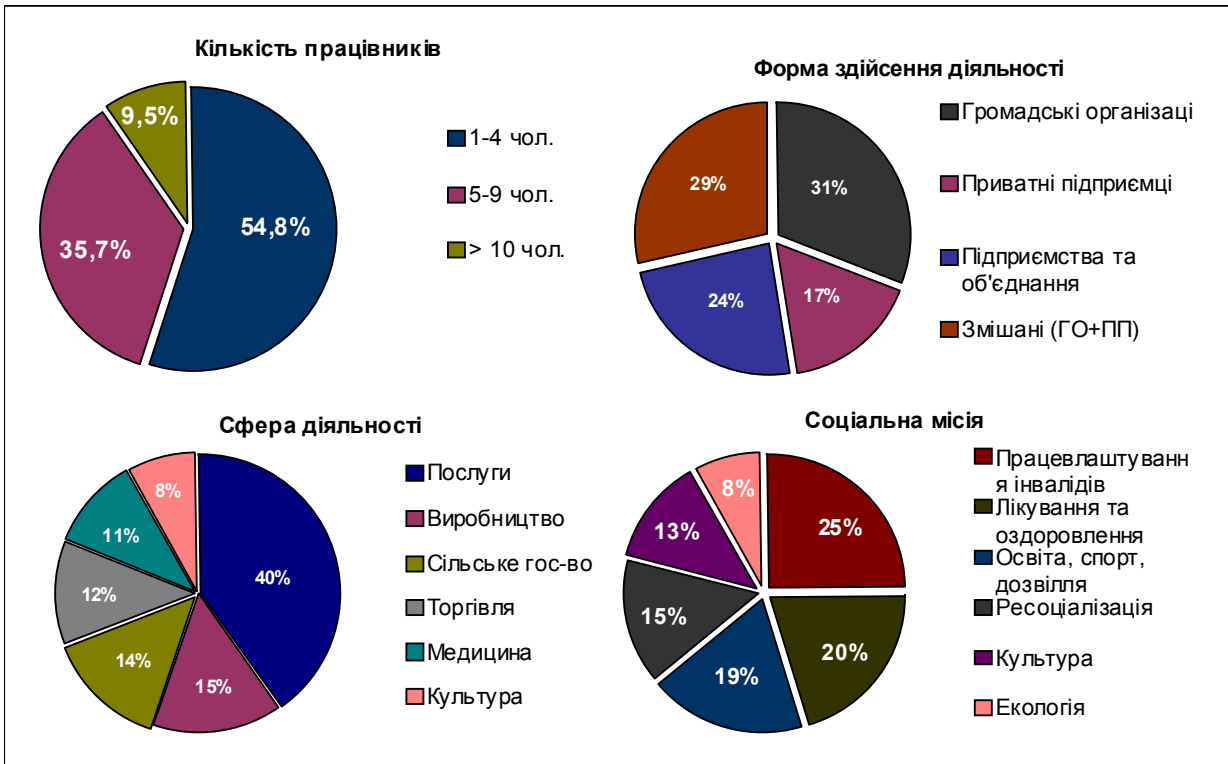


Рис. 2. Деякі показники розвитку соціального підприємництва в Україні [1]

Незважаючи на високу суспільну значущість, розвиток соціального підприємництва в Україні стикається із такими перешкодами:

- неінституціоналізованістю, відсутністю самого терміна "соціальне підприємництво" в українському правовому полі. Використання цього поняття ініціюється тільки міжнародними донорськими і консультативними організаціями;
- відсутністю суспільно визнаних зразків моделей соціального підприємництва, недостатністю позитивного досвіду у цій сфері;
- нерозвиненістю інфраструктури

підтримання соціальних підприємств як у "третьому секторі" (через його незначні масштаби, низьку ефективність), у бізнесі (в результаті ускладненого розвитку малого бізнесу);

- фрагментарного характеру поширення корпоративної соціальної відповідальності, що обмежує участь великих бізнес-структур у розв'язанні соціальних проблем окремими акціями та переносить акцент із соціально незахищених груп населення на персонал компанії), так і у державі (оскільки основним джерелом соціальних ініціатив і програм держава розглядає тільки

себе). СП на Заході, будучи свого роду творчим запереченням і традиційного бізнесу, і традиційної діяльності НКО, спирається, тим не менш, на сформовані у цих секторах розвинені мережі. Внаслідок цього з'являються унікальні моделі комбінації ресурсів, комунікацій, інформації, різних форм кооперації та обміну послугами. В українських умовах цей ресурс підтримання вкрай обмежений;

- проблема залучення коштів на початковому етапі розвитку підприємництва, відсутність спеціальних кредитних програм. У Європі та США інвестиції прийшли у формі венчурної філантропії. У США джерелом венчурного капіталу стали приватні благодійні фонди. У Європі, крім приватних коштів, доступні кредити та інвестиції надає держава. Однією з небагатьох ініціатив у цьому напрямі в Україні стало створення у 2010 р. за ініціативою Британської Ради та "Ерсте Банку" проекту "Сприяння соціальному підприємництву". Учасники проекту (80 соціальних підприємців тільки з трьох регіонів України) пройшли навчання, отримали юридичну та консультативну підтримку. За результатами конкурсу було відібрано найефективніші бізнес-плани, які одержали подальшу підтримку;

- низький ступінь прихильності громадян до цінностей соціальної солідарності, байдужістю до проблем, які не стосуються їх особисто.

Узагальнюючи думки вітчизняних експертів із соціального підприємництва можна навести перелік парадоксів розвитку соціального підприємництва в Україні, які можуть перешкоджати його розповсюдженню [5].

1. "Дайте гроші". Це унікальний підхід представників українських громадських організацій. Він настільки укорінився у свідомості представників третього сектору, що навіть для розвитку власного бізнесу, який би став додатковим, іноді основним, джерелом доходів громадської організації, вони просять не кредит, не безвідсоткову позику, а грант. Цей факт пояснює розповсюдженість соціального підприємництва серед громадських організацій, які з 2004 року отримували гроші від донорських організацій.

2. "А нам все одно". Дана особливість впливає з першої. Сам факт гранта - "подарунка" - не стимулює заробляти гроші самостійно. Працівники, які використовують гроші не з власної кишені, не переймаються здійсненими інвестиціями. Навіть якщо бізнес "погорить", то нічого страшного - "як прийшло, так і пішло".

3. "Нікому нічого не скажу" - це вражаюча характеристика багатьох соціальних підприємств України. За результатами опитування соціальних підприємців, представлених у Каталозі соціальних підприємств України, встановлено, що, по-перше,

лише половина соціальних підприємств має підтримку громадськості; по-друге, у половини соціальних підприємств, які мають сторінки в Інтернеті, немає жодного слова про те, що це "соціальне підприємство", яке витрачає прибутки на розв'язання нагальних соціальних проблем.

4. "Кому це потрібно". Ми вже згадували, що соціальне підприємництво надзвичайно важливе для суспільства, оскільки соціальні підприємці сплачують податки; працевлаштовують людей з особливими потребами; витрачають прибутки на розв'язання соціальних проблем у громадах. Соціальні підприємства часто підмінюють функції держави. Було б логічно, якби держава підтримувала соціальне підприємництво, бо це їй вигідно, але ж у тому і парадокс, що підтримка відсутня.

5. "Закон як дишло". Як уже згадувалося, в Україні сьогодні відсутнє законодавче закріплення соціального підприємництва, що перешкоджає точній й коректній формалізації такої моделі бізнесу в суспільстві. Проте, з іншого боку, результатами законотворчої діяльності дуже часто є норми, які передбачають непрозорі механізми регулювання, розвивають корупцію.

Висновки. Проведений аналіз дає можливість зробити висновок щодо специфічності значення соціального підприємництва в умовах утвердження ринкових відносин в Україні. По-перше, соціальне підприємство є перспективною формою пом'якшення наслідків економічної кризи або навіть способом розв'язання застарілих соціально-економічних проблем. По-друге, розвиток соціального підприємництва є чинником розвитку громадянського суспільства та демократії в країні. По-третє, соціальні підприємства, створюючи різноманітні за способами комбінування ресурсів, формами обміну та взаємодії людей, економічними і соціальними результатами бізнес-моделі, є осередком соціальних інновацій, які вкрай необхідні для нашого суспільства.

Згідно з існуючим розумінням феномену, соціальні підприємства повинні діяти за всіма законами бізнесу на рівних конкурентних основах для всіх суб'єктів господарювання, основною метою яких повинен бути прибуток, а це суперечить принципам діяльності неприбуткових громадських організацій. У зв'язку із цим виділимо такі критерії, за якими можна віднести певний вид господарської діяльності до соціального підприємництва: використання інновацій для розв'язання соціально гострих проблем країни чи регіону на основі залучення ідей та ресурсів підприємців; отримання усіх або більшої частини доходів від комерційної діяльності (а не грантів, благодійних чи членських внесків), але без розподілу прибутку в приватних цілях;

безпосередня участь у виробництві та продажу товарів чи послуг; сплата податків із можливим використанням податкових пільг; управління соціальним підприємством за участю усіх зацікавлених сторін і повним рівнем автономії.

#### Список літератури

1. Каталог соціальних підприємств України 2013 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://dl.dropboxusercontent.com/u/28794463/Katalog\\_.pdf](https://dl.dropboxusercontent.com/u/28794463/Katalog_.pdf)
2. Керлін, Дж.А. Социальные предприятия в США и Европе: понятия различия и извлечы из них уроки [Электронный ресурс]. - Режим доступу : [http://socpolitika.ru/rus/ngo/foreign\\_experience/document9937.shtml](http://socpolitika.ru/rus/ngo/foreign_experience/document9937.shtml)
3. Коваленко Н.С. Соціальне підприємництво: сучасні тенденції розвитку в Україні та світовий досвід / Н. С. Коваленко // Економіка і управління. - № 1. - 2010. - С. 96-101.
4. Набатова О.О. Соціальне підприємництво як напрям соціально-інноваційної діяльності економічних суб'єктів / О.О. Набатова // Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". - № 4 (11). - 2012. - С. 6-17
5. Назарук В. 5 парадоксів соціального підприємництва [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://gurt.org.ua/blogs/952/1288/>
6. Alter, Kim. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. Updated November 27, 2007. [electronic source]. Access: [https://www.globalcube.net/clients/philippson/content/medias/download/SE\\_typology.pdf](https://www.globalcube.net/clients/philippson/content/medias/download/SE_typology.pdf)
7. Dees, I.G. The Meaning of Social Entrepreneurship [electronic source]. Access: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf)

#### Аннотація

Александр Саенко

### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ПАРАДОКСЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

*Рассматриваются проблемы определения сущности социального предпринимательства как социально-экономического явления и модели хозяйственной деятельности. Анализируются основные тенденции, проблемы и парадоксы социального предпринимательства в Украине.*

**Ключевые слова:** *инновация, социальное предпринимательство, неприбыльная общественная организация, соціальний підприємець.*

#### Summary

Oleksandr Saienko

### THE TRENDS AND PARADOXES OF THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

*This paper addresses the problem of defining the essence of social entrepreneurship as a socio-economic phenomenon and patterns of economic activities. Trends, challenges and paradoxes of social entrepreneurship in Ukraine were analyzed.*

**Keywords:** *innovation, social entrepreneurship, NGO, social entrepreneur.*