

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

СЛЮСАРЕВА Людмила,

Университет Государственной Фискальной Службы Украины

ЖМАЙЛОВА Ольга

Сумской Национальный Аграрный Университет

Abstract

The article is devoted to the definition of social entrepreneurship and social responsibility of business. It is determined that one of the promising directions is social entrepreneurship, which combines commercial and social components, which helps to mitigate the negative impact of market relations. Analyzed and systematized the factors of the development of social entrepreneurship in a changing environment. The global experience of social entrepreneurship was summarized and the main factors hindering the activation of social entrepreneurship in Ukraine have been identified. Outlined the basic elements of social entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship model, social entrepreneurship, social enterprise, social value, sustainable development.

Социальное предпринимательство во многих экономически развитых странах мира на протяжении последних десятилетий используется как эффективный долгосрочный инструмент решения актуальных общественных проблем. В Украине в 2000-х годах идеи социального бизнеса актуализировались, культура социальной предпринимательской деятельности ежегодно активно развивается и все большее количество компаний интегрируют составляющую социальной ответственности в свою деятельность.

Тематика социального предпринимательства является достаточно новой для мировой и отечественной науки. Весомый вклад в исследование проблемы сделали такие зарубежные ученые: М. МакЛин, П. Мерфи, А. Передо, А. Фоулер, Э. Шоу и другие [1-4]. Украинских публикаций по социальному предпринимательству, к сожалению, еще не так много, но среди ученых, изучающих это направление можно выделить: А. Андрищенко, В. Назарука [7], И. Руду, А. Свинчука, К. Смаглия, А. Сотула и других [8].

Главной целью данного исследования является изучение роли социального предпринимательства в контексте устойчивого развития Украины.

В Украине отождествляют, иногда, понятия корпоративной социальной ответственности и социального предпринимательства. На наш взгляд, это два разных явления: основная цель социально ответственного бизнеса – создание продукта или услуги и получение прибыли, при этом социальный эффект является дополнительным аспектом, деятельность которого определяется решением руководства, в то же время для социального предприятия социальный эффект – это его обязательная составляющая.

В таблице 1 представлены определения, которые отражают разные подходы к пониманию категории «социальное предпринимательство».

Обобщая определения авторов [1-4], можно говорить о неоднозначности понимания термина «социальное предпринимательство». Однако, как видим, общими признаками всех определений является создание определенных социальных результатов (социальной ценности) с использованием различных предпринимательских механизмов. То есть, цель деятельности

социальных предприятий состоит не в генерировании прибыли, а в решении определенных социальных проблем.

Таблица 1 – Основные подходы к трактованию понятия «социальное предпринимательство»

Автор	Определение
Мерфи П. и Кумбз С.	эффективный механизм создания ценности в социальной и экономической формах, что является продолжением социальной ответственности бизнеса [1].
Фоулер А.	создание значимых социо-экономических структур, взаимосвязей, инструкций, организаций и практик, которые создают и поддерживают социальные преимущества [2].
Передо А. и МакЛин М.	взаимодействие личности или групп личностей для создания социальной ценности, которая происходит с использованием возможностей, инноваций, принятием рисков и в условиях ограниченных ресурсов [3].
Шоу Э. и Картер С.	деятельность в рамках волонтерских, неприбыльных организаций или частных фирм, организованная не с целью получения прибыли, а ради социальных результатов [4].

По мнению авторов, социальное предпринимательство – это инновационный вид деятельности в виде неприбыльных или прибыльных организаций, заданием которых является создание измеримой социальной ценности.

Поскольку социальное предпринимательство еще не получило масштабного развития (как вид деятельности) в Украине, необходимо определить причины этого явления. Так, на наш взгляд, одной из причин такой ситуации является недостаточный уровень знаний в общественном, государственном и бизнес-секторах о сущности социального предпринимательства, его отличии от других форм предпринимательства, роли в развитии общества и местной общественности. Кроме того, в Украине отсутствуют законодательно утвержденные понятия «социальное предпринимательство», «социальное предприятие», «предприятия социальной экономики». Как результат, деятельность социальных предприятий регулируется действующими законами, касающимися существующих разных организационных и организационно-правовых форм предприятий (организаций или учреждений), поэтому часто «социальные предприятия» не отличают от благотворительных фондов, либо же, от предпринимательства в классическом его понимании, хотя они и представляют собой деятельность, связанную с производством общественно значимого товара или услуги.

Практический мировой опыт подтверждает, что сейчас существует две основные модели социального предпринимательства: американская и европейская. Социальные предприятия в США начали активно развиваться из-за отсутствия полноценной социальной политики со стороны государства и с целью получения денег некоммерческими предприятиями для обеспечения собственных инициатив. Поэтому, основной акцент делался на том, что эти предприятия должны быть самокупаемыми и инновационными. В отличие от американских, в европейских странах развитие социального предпринимательства происходило под влиянием

модели социальной защиты, проблем с повышением уровня безработицы, увеличением нагрузки на государственный бюджет. Поэтому, европейские социальные бизнесмены основывают свои проекты, скорее, для решения социальных проблем, а вопросы самоокупаемости для них не являются первоочередными.

Исходя из данных исследований [6], сегодня в Европе существует около 2 миллионов социальных предприятий, на которых работают более 11 миллионов сотрудников – это приблизительно 10% от всего бизнеса. Так, только в Великобритании в 2017 году работали более 470000 социальных предприятий разного масштаба. Ими были трудоустроены более 2 миллионов людей, которые обеспечили национальный валовой внутренний продукт в объеме 60 миллиардов фунтов стерлингов, что составляет 3% от общего валового внутреннего продукта и в три раза превышает вклад, к примеру, аграрного сектора в экономику страны. В Германии насчитывается около 100 тысяч социальных предприятий, на которых работают более 2,5 миллионов сотрудников, что в три раза превышает численность работников сферы производства авто, где работают 750 тысяч человек. Как считают исследователи Thomson Reuters Foundation [5], наиболее популярными странами для социального предпринимательства являются США, Канада, Великобритания, Сингапур, Израиль, Южная Корея, Малайзия, Франция, Швейцария, Германия, Италия и Гонконг.

Следует отметить, что внедрение социального предпринимательства в Украине связывают с началом 2000-х годов. Словосочетание «социальное предпринимательство» стало использоваться в стране, после проведения серии тренингов с экспертами США о создании социальных предприятий общественными организациями. Так, в период с 2004 по 2007 г.г. на территории Украины поддержку получили 28 проектов создания социальных предприятий.

Отсутствие государственного регулирования в Украине не позволяет, к сожалению, оперировать сегодня официальными статистическими данными о количестве социальных предприятий и объемах их предпринимательской деятельности. Поэтому, ссылаясь на информацию грантового проекта «Социальные предприятия в Украине», можно констатировать, что их количество в Украине в 2017 году составляло 150 объектов, в то же время данные 2013 года свидетельствовали о функционировании 46 таких предприятий. Однако, по мнению менеджера программы социального инвестирования Western NIS Enterprise Fund В. Назарука, реальная цифра может достигать тысячи таких предприятий [7]

В соответствии с исследованиями фонда «Евразия» [8], известно, что основными субъектами социальных предприятий Украины являются: общественная организация «плюс» физическое лицо предприниматель – 28% предприятий; общественная организация – 26%; физическое лицо-предприниматель – 15%; ООО – 13%; предприятие как объединение граждан – 13%; благотворительный фонд – 2,5% и частные предприятия – 2,5%. При этом, 30% украинских социальных предприятий являются бизнес-организациями, 60% – неприбыльные организации и почти 10% - объединение неприбыльной организации и предприятия.

Деятельность 67% отечественных социальных предприятий сосредоточена в сфере услуг (образование, спорт, туризм и т. д.), т. е. сфере, которая не требует значительных финансовых инвестиций при учреждении; 26% предприятий – объединение производства и предоставления услуг (психологическая помощь на производстве, производство сувенирной продукции, профессионально-техническое образование, подготовка водителей транспортных средств,

предоставление социальной помощи инвалидам). Производственной деятельностью занимаются лишь 7% предприятий (сфера общественного питания, сельское хозяйство, полиграфия). К тому же, большинство социальных предприятий (около 60%) ориентированы на повышение качества уровня жизни представителей социально незащищенных групп населения (людей с инвалидностью, женщин, молодежи, т.п.), развитие местной общины, изменение сознания ее членов и формирование здорового образа жизни.

Что же касается затратных составляющих социальных предприятий, то исходя из данных исследований 2016 года, можно констатировать об использовании ими наибольшей доли прибыли на реинвестиции и оплату труда. Среди действующих систем налогообложения, чаще всего, используется общая система налогообложения, единый налог третьей группы и юридические лица, у которых есть статус «неприбыльных организаций». Политика распределения прибыли социальных предприятий достаточно разнообразна, где на социальные цели и реинвестиции выделяется в пределах от 5%; 10% до 100% прибыли.

Источником финансового обеспечения практически половины исследованных социальных предприятий в Украине были средства их коммерческой деятельности. Менее 50% осуществляли свою деятельность за счет различных программ и грантов, у 20% предприятий среди источников формирования ресурсов были кредиты (от 2% до 62% от объемов финансирования); практически 25% предприятий финансировались из единственного источника – личных средств учредителей.

Таким образом, изложенные выше причины являются основными барьерами и ограничениями, которые препятствуют развитию социального предпринимательства в Украине. Главными среди них можно отметить: неоднозначное понимание концепции социального предпринимательства (в Украине понятие «социальное предприятие» общественность ассоциирует с благотворительной деятельностью и социальными услугами, а не предпринимательством); отсутствие специализированных услуг по поддержке развития социального бизнеса (таких, как инкубаторы); недостаточное законодательное сопровождение, отсутствие нормативно-законодательной базы о социальных предприятиях Украины усложняет получение финансовой поддержки и фискальных стимулов для социального предпринимательства; проблемы с доступом социальных предприятий к рынкам и финансам из основных и дополнительных источников, а также отсутствие в Украине общих механизмов (методологии и практики (или отчетности) измерения влияния социальных предприятий на устойчивость экономического развития страны.

Выводы.

Развитие социального предпринимательства в Украине – довольно перспективный и сложный процесс. Рассмотренные выше причины должны стать предметом детальнейшего анализа, а практический опыт ведения социального предпринимательства (от которого зависит успешное развитие социального бизнеса), требует реализации мер в следующих направлениях: 1. Разработки концепции социального предприятия. 2. Определения оптимальной организационно-правовой формы для регистрации социального предприятия и ее эффективной структуры. 3. Достаточного внимания бизнес-планированию; формированию социальной стратегии; стратегии маркетинговых коммуникаций; мониторингу возможностей финансовой поддержки социального предпринимательства в Украине. 4. Постоянного обучения и совершенствования навыков исследования позитивного и негативного опыта коллег. 5. Инвестиций в привлечение

коммерческих консультантов. 6. Совершенствования методики измерения социального влияния и результатов деятельности предприятия по определенным критериям и показателям. 7. Определения механизмов учреждения партнерств и внедрения практики публичной отчетности.

Библиография:

1. Murphy, Patrick J. A model of social entrepreneurial discovery./ Murphy, Patrick J., Susan M. Coombes./ *Journal of business ethics*. – 2009. – 87.3. – p. 325-336.
2. Fowler, Alan. NGDOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation? / Fowler, Alan. // *Third world quarterl.* – 2000. – 21.4 – p. 637-654.
3. Peredo, Ana Maria. Social entrepreneurship: A critical review of the concept./ Peredo, Ana Maria, Murdith McLean. // *Journal of world business*. – 2006. – 41.1 – p. 56-65.
4. Shaw, Eleanor. Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes/ Shaw, Eleanor, and Sara Carter.// *Journal of small business and enterprise development*. – 2007. – 14.3 – p. 418-434.
5. The best countries to be a social entrepreneur [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://socialxchange.org/en/2017/03/08/the-best-countries-to-be-a-social-entrepreneur-2016/>
6. Social entrepreneurship development factors in Europe. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://llufb.llu.lv/conference/economic_science_rural/2017/Latvia_ESRD_46_2017-158-165.pdf
7. Назарук В. Соціальне підприємство – новий тренд в Україні [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/opinion/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html>
8. 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. – 144с.