**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Природничо-географічний факультет**

**Кафедра географії**

**Гончеренко Володимир Михайлович**

**ГЕОГРАФІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

**Магістерська робота**

**на здобуття кваліфікації: магістр географії, туризмознавець,**

**викладач географії**

**Галузь знань: 10 Природничі науки**

**Освітньо-професійна програма: географія туризму**

**Спеціальність: 106 Географія**

**Науковий керівник:**

канд. геогр. наук, доцент

Афоніна О.О.

**Рецензент:**

докт. геогр. наук, професор

Барановський М.О.

 **Рецензент:**

канд. геогр. наук, ст. викл. кафедри соціально-гуманітарних дисциплін ВП НУБіП «Ніжинський агротехнічний інститут» Безпала О.В.

**Ніжин – 2018**

**ЗМІСТ**

ВСТУП…………………………………………………………………………………..3

РОЗДІЛ I. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕКОНОМІЧНЕ ЯВИЩЕ……..6

1.1. Поняття соціального підприємництва……….....………………………….6

1.2. Підходи до класифікації соціальних підприємств……………………….15

1.3. Відмінні риси соціального підприємництва……………………………...20

РОЗДІЛ II. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ….23

 2.1. Витоки соціального підприємництва……………………………………..23

 2.2. Організаційно-правові форми соціальних підприємств ЄС…………….27

 2.3. Європейський досвід розвитку соціального підприємництва…………..31

 2.3.1. Великобританія……………………………………………………32

 2.3.2. Німеччина………………………………………………………….36

 2.3.3. Росія…………………………………………………......................40

 2.3.4. Польща……………………………………………………………..42

 2.4. Порівняльна характеристика соціального підприємництва у світі……..43

РОЗДІЛ III. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ……………………..46

 3.1. Історія розвитку соціального підприємництва в Україні………………..47

 3.2. Типологізація соціальних підприємств України………………………....51

 3.3. Характеристика соціальних підприємств в Україні…………………..…56

 3.4. Можливості та обмеження розвитку соціального підприємництва…….63

ВИСНОВКИ……………………………………………………………………………67

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…………………….................................….69

**ВСТУП**

 **Актуальність теми.** У більшості високорозвинених країн соціальне підприємництво називають революційним кроком у сфері неприбуткової діяльності, або ж, навіть бізнесу. Революційним у тому сенсі, що неприбуткові організації отримують можливість забезпечувати своє функціонування, при цьому не залежать від зовнішніх чинників. Ні, соціальне підприємство не відмовляється від прибутковості, але надає цьому фактору другорядного значення. В основу діяльності такого підприємства покладено прагнення до позитивних змін у суспільстві, вирішення соціальних проблем. Сталий розвиток соціального підприємництва в країнах заходу забезпечують ефективні бізнес-моделі.

 Соціальне підприємництво, як категорія й досі широко не розповсюджене в Україні. Відсутнє чітке тлумачення поняття соціальне підприємництво, а левова частка бізнесменів й зовсім його не відрізняє від поняття соціальної відповідальності бізнесу. Але, варто зауважити, що унікального трактування даної категорії не існує. Соціальне підприємництво, більше того, є мультидисциплінарною темою, оскільки її концепція складається не лише з економічних елементів. Сюди також включають питання етики, моралі, психології й соціальної справедливості.

 Суперечки між вченими різних країн щодо критеріїв, які дають можливість підприємству називатись соціальним, тривають довгий час. В Європі, наприклад, кожне підприємство, яке прагне бути соціальним, зобов’язане виділяти частину зароблених коштів на фінансування соціальних проектів або працевлаштовувати людей з особливими потребами. У США все значно простіше. Якщо підприємство виробляє товари чи надає послуги, які сприяють вирішенню певних соціальних проблем, то це підприємство має право називатись соціальним. Але якщо підсумувати все вище згадане, то можна виділити єдиний критерій, яким послуговуються всі – це соціальний ефект, який можна виміряти.

 Саме тому, незважаючи на всі розбіжності у трактуванні поняття соціального підприємництва, мета цієї діяльності одна – це допомога суспільству. На прикладі багатьох країн ми можемо спостерігати соціальне підприємництво, як дієвий механізм залучення соціальних можливостей суспільства та вирішення багатьох соціальних проблем. Чим більша кількість людей дізнається про нього, тим більшим буде його ефект. Соціальне підприємництво ставить за мету навчити людей допомагати одне одному, а це вимагає, в першу чергу, забезпечення його ефективного використання в практичній діяльності з боку держави.

 Дана тематика є дуже актуальною, зважаючи на ті умови, в яких ми з вами живемо вже п’ятий рік. Ті виклики, які постали перед українським суспільством, а саме бойові дії та проблеми ВПО, стали додатковими причинами активізації соціальних ініціатив. На початок 2018 р в Україні зареєстровано 1,5 млн внутрішньо переміщених осіб, і це лише за офіційною статистикою. Цим людям необхідна допомога суспільства та держави. Саме соціальне підприємництво має всі передумови для того, щоб стати дієвою формою такої допомоги. Соціальні підприємства суттєво відрізняються від звичайної благодійності. Це, насамперед, бізнес-структури, які можуть впливати на існуючі соціальні проблеми, а також можуть ефективніше взаємодіяти з фінансовими ресурсами. До того ж, можна стверджувати, що в Україні вже наявні передумови, для здійснення ефективного соціального підприємництва. Наприклад, спеціалізовані програми з фінансування такого роду проектів.

 **Об’єкт дослідження –** соціальне підприємництво як інноваційне явище соціальної сфери.

 **Предмет дослідження –** особливості розвитку соціального підприємництва в Україні та світі.

 **Мета:** дослідження явища соціального підприємництва, його розвитку та географічних особливостей на території України.

 **Завдання:**

1. Узагальнити теоретичні підходи до визначення поняття «соціальне підприємництво»;
2. Проаналізувати іноземний досвід розвитку та функціонування соціального підприємництва;
3. Дослідити український досвід розвитку соціального підприємництва;
4. Виявити можливості розвитку соціального підприємництва в Україні.

**Методи дослідження.** Під час роботи використовувались загальнонаукові методи, а саме аналізу та синтезу. Метою використання цих методів було ознайомлення з теоретичними засадами досліджуваної проблематики та вироблення загальних висновків згідно із завданням дослідження; використання історичного та порівняльного методів дозволило проаналізувати теоретичні розробки з досліджуваної теми; статистичного та балансового - узагальнити дані та провести класифікацію за обраними критеріями. Одним з основних методів, який використовувався був метод «Сase-study» або «дослідження випадку», що є схожим до якісних методів дослідження. Досліджуючи можливості соціального підприємництва якісний метод більш доцільний ніж кількісний, оскільки при розгляді «випадку» ми знайомимося з історією та особливостями розвитку соціальних підприємств.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 72 сторінки. Список використаних джерел містить 55 найменувань.

**РОЗДІЛ I. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕКОНОМІЧНЕ ЯВИЩЕ**

**1.1. Поняття соціального підприємництва**

Поняття «соціальне підприємництво» (СП) є малознайомим, незрозумілим для багатьох людей.

Американська дослідниця Рут Шапіро (Ruth Shapiro) провела, за її словами, «абсолютно ненаукове дослідження», поставивши запитання 8 особам на Юніверсіті-авеню в Пало-Альто (Каліфорнія, США), що таке «соціальне підприємництво». Шестеро з опитаних вважали, що це – щось пов’язане з веденням бізнесу в соціальних мережах, ще двоє пов’язали це визначення з мікрофінансуванням [47].

Я вирішив повторити цей експеримент і попросити студентів різних спеціальностей, які навчаються у Ніжинському державному університеті імені Миколи Гоголя, дати швидку відповідь, що вони розуміють під терміном «соціальне підприємництво». Серед отриманих відповідей були такі: «це – певні справи, що спрямовані на благо соціуму», «це, наприклад, створити хоспіс», «справа, що принесе матеріальну вигоду та водночас допоможе суспільству», «щось таке, що межує з благодійністю, але не благодійність; радше – згуртування громадських сил для вирішення проблем», «діяльність, що пов’язана з наданням послуг населенню», «діяльність, спрямована на задоволення базових соціальних потреб» тощо.

Відповіді опитаних переконали у справедливості слів Джейсона Хейбера (Jason Haber), який у своїй новій книзі пише: «Спитайте у трьох людей – і отримаєте три різних визначення СП» [42].

На сьогодні виділяють чотири основні підходи до визначення поняття СП: широкий, комбінований, інноваційний та проблемно-орієнтований [31].

**1.** **Широкий підхід.** В його основу (Е. Шоу (E. Shaw), Дж. Віравардена (J. Weerawardena), Г. Морт (G. Mort), А. Фоулер (А. Fowler), Центр з поліпшення соціального підприємництва (The Center for the Advancement of Social Entrepreneurship)) покладено точку зору, згідно з якою, соціальне підприємництво – це діяльність, яка в фінальному результаті має досягати соціальної мети. Тобто, згідно з цим підходом, під соціальним підприємництвом розуміється діяльність:

* державних соціальних установ;
* традиційних бізнес-структур, які завжди містять в собі соціальну складову;
* приватних неприбуткових організацій.

Отже, широкий підхід не дає можливості виокремити та визначити характерні риси соціального підприємництва, так як до нього можна віднести будь-яку діяльність, що має соціальний ефект.

**2.** **Комбінований (комерційно-соціальний) підхід** (А. Макміллан (I. MacMillan), Дж. Робінсон (J. Robinson), Я. Рогалін) базується на гіпотезі, що соціальне підприємництво – це діяльність, яка спрямована на досягнення не тільки соціальних, але й комерційних результатів. Згідно з таким підходом соціальне підприємництво – це вужча галузь діяльності, що передбачає наявність бізнес-складової.

**3.** **Інноваційний підхід** (Дж. Мейр (J. Mair), Е. Нобоа (E. Noboa), Е. Остін (J. Austin), Дж. Вей-Скіллерн (J. Wei-Skillern), Х. Стівенсон (H. Stevenson), Ф. Перріні (F. Perrini), С. Вурро (C. Vurro)) робить акцент на інноваційній частині підприємницької діяльності і на запровадженні інноваційних підходів до розв’язання соціальних завдань.

Такий підхід, з однієї сторони, суттєво обмежує сферу діяльності соціального підприємництва в порівнянні з комбінованим підходом, адже не всі бізнес-організації послуговуються інноваціями у соціальній складовій власної діяльності. Так само не відповідає соціальному підприємництву діяльність соціальних неприбуткових і державних установ, що не впроваджують інновації. З іншої ж точки зору, даний підхід розширює соціальне підприємництво, доповнюючи його діяльністю соціальних неприбуткових і державних установ, що розробляють інновації і впроваджують їх у свою діяльність.

**4.** **Проблемно-орієнтований підхід** (К. Лідбітер (C. Leadbeater), Фонд Шваба (Schwab Foundation)). Відповідно до цього підходу, соціальне підприємництво – це діяльність, спрямована на допомогу певним соціальним групам або вирішення певних соціальних проблем. Деякі вчені розглядають даний підхід як різновид широкого, але з обмеженням сфери діяльності та потенційних споживачів продукції чи послуг соціального підприємництва.

Наявність такої кількості підходів до трактування соціального підприємництва говорить про те, що це доволі широке поняття. Але разом з тим, всі вищезазначені підходи схожі між собою фактором пріорітетності соціальної мети, а різняться вони широтою сфери, яка охоплюється діяльністю соціального підприємництва. Точніше охарактеризувати сферу СП допомагає трактування другої складової частини цього словосполучення.

Підприємництво в його теперішньому розумінні – це творчий ініціативний процес пошуку і використання суб’єктом господарської діяльності раніше невідомих або досі не реалізованих можливостей (інновацій), з метою збільшення прибутку від своєї діяльності. Частку прибутку, що утворилася внаслідок реалізації спроможності суб’єкта господарської діяльності до інноваційності називають підприємницьким доходом. Згідно з таким визначенням підприємництво не ототожнюється з бізнесом. Бізнес – це будь-яка ініціативна господарська діяльність суб’єктів підприємництва з метою отримання прибутку [5;23;24].

Підприємництво – це своєрідний бізнес, який започаткований на інноваційній основі. Мета підприємництва – отримання додаткового підприємницького доходу. Дохід, що отримує підприємець від своєї діяльності, можна умовно розділити на дві складові частини. Перша – це нормальний або звичайний прибуток, що є компенсацію підприємцю за його працю з управління та організації господарської діяльності. Такий прибуток отримує «традиційний» бізнесмен. Друга – додатковий прибуток. Сюди входить винагорода підприємцю за особливі ризики його діяльності, за навички краще за інших використовувати на свою користь фактори виробництва, за здатність знаходити і реалізовувати інновації у своїй діяльності. Саме додатковий прибуток і має назву підприємницький дохід. Процес отримання цього доходу й становить глибинну економічну сутність підприємництва [8;21;28].

Зважаючи на все вищесказане, під СП ми розуміємо систематичну, в тому числі й інноваційну, господарську діяльність, що передбачає вирішення певних соціальних проблем.

Згідно з таким визначенням до соціального підприємництва можна віднести діяльність певної частини організацій всіх трьох секторів економіки: державного, бізнес і третинного сектору. Наприклад:

* діяльність суб’єктів бізнес-сектору, що дотримуються принципів корпоративної соціальної відповідальності;
* діяльність неприбуткових організацій третинного сектору, які в процесі пошуку додаткових джерел фінансування власної соціальної діяльності започатковують і реалізовують комерційні проекти;
* діяльність державних установ, які здійснюють комерціалізацію власної діяльності з надання різних соціальних послуг (наприклад, державні університети, державні медичні заклади) [31].

Виходячи з цього можна стверджувати, що СП є специфічною діяльністю, що знаходиться на перетині сфер діяльності головних секторів економіки (рис. 1.1) [44;46;51].

Взаємодія державного й бізнес- секторів у розрізі вирішення соціальних проблем може здійснюватись, наприклад, у формі передачі державою окремих видів соціальних послуг на реалізацію бізнес-структурам з державним фінансуванням.

Взаємодія державного і третинного секторів економіки, наприклад, може проявлятись у залучені волонтерів до реалізації різного роду державних соціальних програм.



Рис. 1.1. Сфера соціального підприємництва

Взаємодія бізнес- і третинного секторів економіки здійснюється, наприклад, у формі спонсорської допомоги ГО в межах реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

На перетині сфер діяльності трьох секторів економіки, як видно з рисунку 1.1, формується окрема специфічна група організацій. Від неприбуткових організацій та державних установ їх відрізняють ринкові засади діяльності, які обумовлюють їх фінансову незалежність. Від бізнес-організацій, що сповідують принципи соціальної відповідальності, ці організації відрізняють особливості розподілу прибутку. Прибуток, який отриманий у результаті господарської діяльності таких організацій не може бути розподілений між його засновниками та власниками, а спрямовується або ж безпосередньо на розв’язання різних соціальних проблем, або ж на розширення діяльності цього підприємства з метою збільшення обсягів соціальних результатів його функціонування. Також, діяльність подібних організацій здійснюється систематично, вона орієнтована на довгострокову перспективу, що якісно відрізняє її від здійснення короткострокових програм або проектів, які реалізуються в межах корпоративної соціальної відповідальності або підприємствами ГО.

У західній літературі подібні підприємства прийнято називати соціальними (СП). Проте визначення даної категорії підприємств і досі залишається дискусійним.

Найчастіше виділяють чотири основні підходи (три з яких названо на честь шкіл шкіл) до визначення поняття соціальне підприємство [30; 40; 46; 49] (табл. 1.1).

Відмінності між даними підходами до визначення СП залежать від типів організацій, на які було спрямовано дослідження представників відповідної школи, а також різних підходів до виділення характерних рис соціального підприємства.

В наш час поміж науковців і практиків, котрі досліджують проблеми СП, відсутня єдина думка щодо визначення характерних рис таких господарських суб’єктів. Якщо узагальнити результати дослідження цього питання вітчизняними та зарубіжними науковцями, можна виокремити такі характерні риси соціального підприємства [31] (рис. 1.2):



Рис. 1.2. Характерні риси соціального підприємства

*Таблиця 1.1*

Підходи до визначення поняття «соціальне підприємство»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назва підходу** | **Представники** | **Змістовна характеристика** |
| «Школа соціальноорієнтованогобізнесу» | К. Алтер (K. Alter) , А. Ніколлз(A. Nicholls), Х. Хауг(H. Haugh) , М. Дуніам(M. Duniam), Р. Еверсоул(R. Eversole) , О. Московская | СП — бізнес-організація, яка здійснює виробництво і реалізацію товарів, робіт, послуг з метою задоволення соціальних потреб. Найбільш широкий підхід до визначення соціального підприємства. |
| «Школа заробленого доходу» | Дж. Босчі (J. Boschee), НЕСсТ (NESsT) | СП — неприбуткова організація, яка збільшуєпитому вагу самофінансування в структурі джерел її фінансування. Охоплює лише неприбуткові організації. |
| «Школа соціальних інновацій» | Європейська асоціаціявенчурної філантропії (EVPA),Г. Діз (G. Dees) , Д. Борнштейн (D. Bornstein), М. Крамер (M. Kramer) , Г. Мулган(G. Mulgan) | СП — організація, діяльність якої орієнтованана розробку та впровадження інновацій усоціальній сфері.Обмежує кількість СП лише такими, які здійснюють соціальні інновації. |
| EMES підхід | Міжнародна дослідницькамережа «EMES» | СП — організація, що залучає кошти із зовнішніх джерел для здійснення неприбуткової діяльності (гранти, пожертви тощо) і відповідає 9 визначеним критеріям, які поділені на такі групи: економічні та підприємницькі; соціальніта колективного управління. Охоплює лише неприбуткові організації. |

Виділення другорядних рис означає те, що ці риси не завжди є обов’язковою ознакою СП. Частина з них можуть змінюватися залежно від низки економічних та соціальних факторів, що впливають на діяльність соціального підприємства. З метою виділення особливостей соціального підприємства в порівнянні з іншими видами організацій, діяльність яких може бути схожою з діяльністю СП, складено таблицю 1.2 [7;11;12;13;14].

*Таблиця 1.2*

Порівняльна характеристика соціального підприємства з іншими організаціями

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Мета діяльності** | **Джерела фінансування** | **Основний зміст****діяльності** | **Основні соціальні****результати діяльності** |
| **Громадські****організації** | Здійснення тазахист прав і свобод, задоволеннясуспільних, зокремаекономічних, соціальних, культурних,екологічних, та іншихінтересів | Цільове державне фінансування (цільові гранти).Гранти від міжнародних фондів. Благодійні внески організацій.Пожертвування | Цивільні ініціативита рухи протесту,екологічний рух, підтримка розвитку громад і розширення можливостейосвіти, проведеннякультурних заходівабо організаціядозвілля | Захист прав.Надання допомоги |
| **Благодійні****організації** | Надання допомоги для сприяннязаконним інтересам бенефіціарів усферах благодійноїдіяльності, а також розвиток і підтримка цих сфер у суспільних інтересах | Цільове державне фінансування (цільові гранти).Гранти від міжнародних фондів. Благодійні внески організацій.Пожертвування | Добровільнаособиста та/абомайнова допомогадля досягненнявизначених цілей, що не передбачаєодержання благодійником прибутку,а також сплати будь-якої винагороди абокомпенсації благодійнику від імені або за дорученнямбенефіціара | Реалізація різноманітних проектів,спрямованих на вирішення проблемсуспільства |
| **Волонтерські****організації** | Добровільне здійснення соціальноспрямованої неприбуткової діяльностішляхом наданняволонтерської допомоги | Благодійні внески.Пожертвування | Наданняволонтерськоїдопомоги,здійснення доглядуза хворими,інвалідами та ін.; надання допомогигромадянам, які постраждаливнаслідокстихійного лиха,проведеннязаходів, пов’язанихз охороноюнавколишньогоприродногосередовища,збереженнямісторико-культурноїспадщини тощо | Допомога соціальнонезахищенимі соціальновразливим верствамнаселення.Екологічні,культурні, спортивнізаходи |
| **Державні установи** | Створення умов длядіяльності та розвитку приватних осібі суб’єктів громадського і підприєм-ницького секторів та забезпеченнянадання цим особам і суб’єктам спектрупослуг, що з якоїсь причини не надаються поза публічнимсектором | Державний і місцевий бюджети.Прибуток від власної діяльності.Гранти | Забезпеченнязаконності, охорониправ, свобод ізаконних інтересівгромадян.Соціально-економічного розвиткувідповідних територій.Соціальний захистнаселення | Захист правНадання допомогисоціально незахищеним і соціальновразливим верствамнаселення |
| **Організації, що застосовують****концепцію КСВ** | Довгостроковеполіпшення іміджуі ділової репутаціїкомпанії шляхомреалізації заходів, які в сукупностізабезпечуютьсуспільну корисністьїї діяльності | Нерозподіленийприбуток.Дивіденди | Реалізується через ряд програм:розвитку персоналу,охорони здоров’я,екології, освіти та підтримки науковихдосліджень,взаємодії зорганами державноїта місцевої влади, підтримки культурита мистецтва, атакож філантропічніпрограми,меценацтво,спонсорство тощо | Соціальний захисті турбота пропрацівників; участьу житті та розбудовігромади; співпрацяз іншими групамивпливу у розв’язанніекономічних,соціальних,екологічних таінших проблем |
| **Соціальне****підприємство** | Вирішення певнихсоціальних проблемсуспільства та отримання прибутку | Прибуток від власної діяльності.Кошти учасників СП. Кредити банків. Гранти.Дотації державнихорганів.Благодійні внески.Кошти в рамкахпрограм КСВ.Мікрофінансування | Виробництво товарів та/або наданняПослуг.Реалізація соціальних проектів | Товари і послуги.Вирішення соціальних і екологічнихпроблем на місцевому чи регіональному рівні.Допомога соціальнонезахищеним і соціально вразливимверствам населення |

Аналізуючи все вищезазначене можна визначити соціальне підприємництво як бізнес-організацію, пріоритетною метою публічної діяльності якої, є вирішення соціальних проблем. Забезпечувальна мета СП – отримання прибутку, що реінвестується у його розвиток. Цілі соціального підприємства тісно взаємопов’язані між собою: від обсягів отриманого прибутку залежать соціальні результати його діяльності.

**1.2. Підходи до класифікації соціальних підприємств**

Відмінності у визначенні соціального підприємництва та соціального підприємства зумовили наявність різних підходів до класифікації соціальних підприємств (табл. 1.3) [2;3;22].

Фактори, які обумовлюють наявність різноманітних підходів до класифікації СП:

* наявність низки соціальних проблем, вирішення яких потребує нестандартних методів ведення бізнесу;
* наявність нормативно-правової бази, яка регулює діяльність СП;
* нечітке розмежування соціального підприємництва та благодійності, корпоративної соціальної відповідальності тощо.

Американська дослідниця К. Альтер провела класифікацію соціальних підприємств за рівнем інтеграції соціальної програми й бізнес-діяльності [51]. Відповідно до її класифікації соціальні підприємства поділяються на:

1. вбудовані – підприємства неприбуткових установ та організацій, які було створено спеціально для реалізації певних соціальних програм;
2. інтегровані – підприємства неприбуткових установ та організацій, які було створено з метою фінансування їх соціальних програм;
3. екстарналізовані – підприємства неприбуткових установ та організацій, соціально-орієнтований бізнес яких ніяк не пов’язаний з організаціями-засновниками.

За даною класифікацією соціальними підприємствами визнаються виключно бізнес-структури, проте автор не уточнює, чи повинна бути ця діяльність обов’язково прибутковою.

За іншою класифікацією, запропонованою американськими вченими Г. Дізом та Дж. Емерсоном, залежно від мети діяльності соціального підприємства та напрямку використання ним прибутку розрізняють:

1. благодійні соціальні підприємства філантропічного спрямування. Мета діяльності таких підприємств – це створення соціальної цінності. Джерело фінансування – благодійні та спонсорські внески, гранти;
2. комерційні підприємства, що виготовляють товари або надають послуги соціального характеру, маючи на меті створення економічного ефекту. Прибуток від діяльності таких СП розподіляється між власниками та акціонерами;
3. гібридні підприємства, що мають на меті одночасно створення, як соціальної, так і економічної цінності. Отриманий прибуток використовується такими підприємствами для реалізації соціальної місії і/або розвитку бізнесу [37].

За такими критеріями до складу СП потрапляють неприбуткові установи та традиційні бізнес-структури, які надають послуги чи виготовляють товари соціального характеру, але прибуток від їх реалізації не є джерелом фінансування вирішення соціальних проблем. Таким чином, соціальними, виходячи з цього контексту, можна називати лише гібридні підприємства. Також беремо до уваги думку К. Альтер про те, що існує два шляхи отримання доходу неприбутковими організаціями: 1) компенсація витрат (наприклад, плата за тренінг, реєстраційні внески на заходах тощо – такий вид доходу обмежений програмою, в рамках якої він здійснюється); і 2) систематична дохідна діяльність (так званий «зароблений дохід» – це консультаційні послуги, продаж публікацій, членські внески та ін.). Коли перший тип покриває частину витрат неприбуткових організацій, обмежений в часі і суттєво не змінює характер роботи самої організації, то другий має систематичний характер, завжди пов’язаний з операційною діяльністю й може служити основою подальшого перетворення в соціальне підприємство [51].

Схожий, але більш ширший за кількістю критеріїв підхід було запропоновано російськими вченими Ю. Арай та Ю. Благовим. Врахування критеріїв місії, наявності або відсутності доходу й інноваційної складової дало змогу їм класифікувати соціальні підприємства наступним чином:

* традиційні неприбуткові установи з соціальними цілями;
* некомерційні соціально-орієнтовані підприємницькі організації – некомерційні організації, що мають соціальну мету, та використовують у своїй діяльності інновації;
* гібридні організації з соціальною місією, підпорядкованою метою яких є отримання доходу;
* комерційні соціально-орієнтовані підприємницькі організації, у якій економічна місія співіснує з соціальною [3].

*Таблиця 1.3*

Підходи до класифікації соціальних підприємств

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерій** | **Автор** | **Типи** |
| Ступінь інтеграціїсоціальної програмита бізнес процесів | К. Альтер | 1) Вбудовані (embedded)2) Інтегровані (integrated)3) Екстерналізовані (external) |
| Цілі діяльності танапрям використання прибутку | Г. Діз, Дж. Емерсон | 1) Благодійні2) Комерційні3) Гібридні |
| Місія, наявністьдоходу від основноїдіяльності та наявність інноваційноїскладової | Ю. Благов,Ю. Арай | 1) Традиційні НКО2) Некомерційні соціально орієнтовані підприємницькіфірми3) Гібридні організації4) Комерційні соціально орієнтовані підприємницькі фірми |
| Шляхи створеннясоціальнихпідприємств | М. Новиков | 1) Ініціатива самих людей з інвалідністю або їхгромадського об’єднання2) Ініціатива представників бізнесу (такими можутьвиступати окремі менеджери чи вже сформовані і успішні комерційні структури) |
| Специфіка організаціїбізнес-діяльності | В. Даванс, К. Альтер та Л. Міллер | 1) Модель підтримки підприємців (entrepreneur support model)2) Модель посередника ринку (market intermediary model)3) Модель працевлаштування (employment model)4) Модель платних послуг (fee-for-service model)5) Модель фінансування послуг (service subsidizationmodel)6) Модель «зв’язковий ринку» (market linkage model)7) Модель підтримки організації (organizational support model) |

В порівнянні з попередніми підходами, класифікація Ю. Арай та Ю. Благова доповнена критерієм інноваційності.

Оригінальний підхід до класифікації СП на основі критерію, що характеризує особливості їх взаємодії з цільовою аудиторією та з ринком їх діяльності, запропонували В. Даванс, К. Альтер та Л. Міллер. Комбінації різних моделей такої взаємодії дозволили їм виокремити наступні типи (за їх визначенням моделі) соціальних підприємств (табл. 1.3)

Дослідження практики функціонування соціальних підприємств показує, що більшість з них не є фінансово самостійним і шукає можливості залучення коштів від бізнес- чи благодійних організацій. Не кожне соціальне підприємство на початку свого існування спроможне прибутково організувати свою діяльність, у більшості випадків новостворені соціальні підприємства орієнтовані на покриття збитків. Все вищезазначене стало підґрунтям для класифікації СП за ступенем фінансової спроможності (рис. 1.3) [31].



Рис. 1.3. Класифікація соціальних підприємств за рівнем фінансової

спроможності

Особливості самоокупних та частково самоокупних СП полягають у тому, що їх комерційна діяльність прямо і безпосередньо сприяє вирішенню певних соціальних проблем. Їх відмінні риси полягають у спроможності повністю або частково відшкодувати затрати на своє функціонування. Як правило, до частково самоокупних СП належать новостворені соціальні підприємства та неприбуткові організації, які прагнуть ними стати.

Самоокупні СП – це невелика кількість соціальних підприємств, які у майбутньому, залежно від результатів їх комерційної діяльності, можуть потрапити, як до типу частково самоокупних, так і до прибуткових. Прибуткові СП – це ті, що ефективно організували власну бізнес-діяльність і можуть не тільки фінансувати її подальше розширення, але й інвестувати у вирішення соціальних проблем.

На відміну від всіх існуючих підходів до класифікації СП, запропонований критерій рівня фінансової спроможності дає можливість обґрунтовувати вибір джерела фінансування і впливає на процес гармонізації його соціальних та бізнес-завдань.

**1.3. Відмінні риси соціального підприємництва**

Соціальне підприємництво суттєво відрізняється від інших видів організацій та форм діяльності.

**Відмінності між комерційним та соціальним підприємництвом.** Основна відмінність пов’язана з метою діяльності або з тим, що це підприємство намагається примножити. Для комерційних підприємців головним завданням є примноження прибутку. Для соціальних підприємців найголовнішою метою є соціальні зміни (головним чином – завдяки вирішенню актуальної проблеми, яку було проігноровано чи недооцінено іншими інституціями).

Лінія вододілу між цими двома типами підприємництва проходить не лише в площині мотивації, але й у площині характеристик «очікуваної та виробленої цінності». На думку Р. Мартіна та С. Осберг, у випадку традиційного підприємництва це – ринкова цінність, яка може бути виражена категорією прибутку. А у випадку соціального підприємництва це – цінність, яка виражена в перевазі, яку отримує суспільство в цілому або його значна частина від здійсненої «великомасштабної трансформації» соціальним підприємцем [45]. При цьому, цільовими групами, для яких призначено цю «цінність», в більшості випадків є найменш благополучні та найменш захищені верстви населення, які не мають, ні фінансових ресурсів, ні політичних важелів для досягнення бажаної в результаті трансформації «цінності» своїми власними силами.

Світ, безсумнівно, потребує обох вищезгаданих видів підприємницької діяльності. Було б безглуздо вважати один з них вищим від іншого. Хоча соціальне підприємництво, зазвичай, є більш складним завданням, оскільки воно спрямовує зусилля на вирішення проблем, для яких не знайшлося, ні ринкових, ні урядових рішень.

Тут слід зауважити, що комерційне та соціальне підприємництво часто перебирають ознаки одне одного. Автори книги «Соціальне підприємництво: що необхідно знати кожному?» зазначають, що деякі дослідники не розділяють комерційне та соціальне підприємництво. Відповідно, не розділяють вони і підприємців, так як і ті, й інші, створюють робочі місця і задовольняють певні потреби споживачів, а отже – виконують соціальні функції [37].

**Відмінності між урядовими ініціативами та соціальним підприємництвом.** Ідеї соціального підприємництва, на відміну від урядових ініціатив, зароджуються на місцях та рухаються догори. Як правило, вони проявляються у взаємодії конкретної людини з проблемою. На противагу органам державної влади у соціальних підприємців відсутні управлінські повноваження та доступ до значних ресурсів. Вони повинні вміти чітко сформулювати завдання й надихнути інших на виконання цих завдань. Зуміти переконати тих, хто має владні повноваження та ресурси.

Якщо розглядати урядові ініціативи чи ініціативи агентств міжнародної допомоги – тут рух відбувається у зворотньому напрямку – зверху донизу, починаючи з політичних суперечок, і закінчуючи виконанням конкретних проектів та програм.

**Відмінності між громадською діяльністю та соціальним підприємництвом.** Головною відмінною рисою є те, що громадські діячі найчастіше прагнуть ініціювати позитивні зміни, впливаючи на процес ухвалення важливих рішень органами державної влади або іншими інституціями. Соціальні підприємці, в свою чергу, провадять більш ширший спектр діяльності, в тому числі й створення інституцій для реалізації необхідних рішень. Громадські діячі не повинні створювати організації чи підприємства для просування бажаних змін. Їхня діяльність в такому вигляді, як ми зараз можемо спостерігати, здатна суттєво покращити існуючі нині системи і навіть призводити до їх позитивної деформації. Але стратегічний характер їх активності буде тяжіти до практики «впливу», до вимог вжити заходів а не до «прямих дій.

Соціальний підприємець майже завжди береться за пряму дію для просування позитивних соціальних змін. Як підкреслив колумніст газети «Нью-Йорк Таймс» Н.Д. Крістоф «Я – вражений тим фактом, що студентський активізм, котрий спостерігався завжди, у роки моєї молодості, як правило, виражався в протестах, тоді як в теперішній час, він все частіше супроводжується заснуванням різноманітних організацій для здійснення позитивних змін. Це – справжня революція соціального підприємництва, я – в захваті від цього» [37].

**РОЗДІЛ II. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ**

**2.1. Витоки соціального підприємництва**

Незважаючи на те, що терміни «соціальне підприємництво», «соціальний підприємець» в активному вжитку з’явилися лише кілька десятиліть тому, саме явище має значно тривалішу історію. На думку Г. Діза, соціальні підприємці, можливо, були завжди, хоча їх ніхто так не називав.

У минулому таких людей називали фантазерами, благодійниками, реформаторами, святими, великими лідерами, говорили про їхню мужність, милосердя, але рідко звертали увагу на практичні аспекти їхніх досягнень: «Люди можуть знати про моральне вчення святого Франциска, але не про те, як францисканці створили свою систему богословської освіти, породивши цілу плеяду мислителів Середньовіччя і Ренесансу» [37].

На Заході діти у школах дізнаються, що Флоренс Найтінгейл доглядала за пораненими в госпіталі, але не про те, що вона створила першу у Великобританії професійну школу для медсестер і розробила прогресивні стандарти роботи медсестер. А випускниці цієї школи створювали аналогічні установи при інших лікарнях та сприяли поширенню нових стандартів роботи.

Глибше усвідомити сутність соціального підприємництва допомагає його розгляд в історичній ретроспективі. Дослідження розвитку соціального підприємництва дозволяє виокремити такі його історичні віхи (рис. 2.1).

Історичними попередниками СП, на думку Дж. Макклурга, були: монастирі (місце допомоги соціально вразливих верств населення), церковно-приходські школи, створенні за рахунок громади лікарні, навчальні заклади, будинки для престарілих, а також діяльність місіонерів. Їх діяльність мала соціальний ефект, але, здебільшого, носила несистематичний характер, задовольняла потреби і інтереси громади лише частково [50].



Рис. 2.1. Історичні віхи розвитку соціального підприємництва

Стадію зародження характеризує діяльність меценатів і спонсорів, власників промислових і торговельних підприємств, які використовували частину прибутку цих підприємств для фінансування різноманітних соціальних проектів (загальноосвітні школи, публічні бібліотеки, громадські лікарні, музеї, школи мистецтв). Реалізація цих проектів цілком залежала від можливостей їх фінансування меценатами та спонсорами. На цьому історичному етапі активізується діяльність різноманітних громадських організацій, створюються чисельні благодійні та волонтерські організації, діяльність яких фінансується переважно за рахунок членських внесків громадян з різних верств населення. Однак, діяльність і цих організацій залежала від зовнішніх джерел фінансування та орієнтувалася на вирішення соціальних проблем здебільшого у короткостроковій перспективі [41].

Провісником сучасного соціального підприємництва американські дослідники вважають громадську самоорганізацію, яка має давню історію та традиції в США. З часу формування країни для вирішення певних соціальних проблем створювалися різного типу організації самодопомоги і благодійності. Справжній сплеск творчої громадянської активності відбувся в період між 1880 і 1920 роками, коли США швидко трансформувались із сукупності невеликих, самодостатніх господарств і середніх міст в індустріалізоване суспільство споживачів. Мільйони зовнішніх і внутрішніх мігрантів наводнили міста, які не були готовими прийняти таку кількість жителів, – типове явище сучасного життя багатьох країн, що розвиваються.

Нові мешканці міста повинні були навчитись боротися за свої права, за поліпшення умов життя в нетрях та умов праці на заводах. Це був період появи великої кількості різноманітних організацій: the Salvation Army, the Urban League, the Lions Clubs, the Boy and Girl Scouts, Goodwill Industries, the PTA, the NAACP, Hull House, Rotary International, the YWCA, the League of Women Voters, багатьох профспілок тощо [37].

На стадії становлення виникають перші соціальні підприємства (наприклад, фонд «Ashoka», неприбуткова організація роздрібної торгівлі «Ten Thousand Villages»), в наукову термінологію вводиться поняття «соціальне підприємництво». Соціальне підприємництво як нове економічне явище починає досліджуватися науковцями, з’являються перші публікації з цієї проблематики та обговорюються питання щодо визначення соціального підприємництва [41].

Саме в цей період – період Прогресивного століття – освічені меценати почали експериментувати з «науковою добродійністю», метою якої були виявлення і трансформація чинників, що призводять до бідності, а не лише поліпшення умов для бідних та полегшення совісті багатих.

Серед перших організацій, що формували соціальне життя громад, були: церковні спільноти, фермерські організації, торгові асоціації, професійні товариства, громадські та молодіжні організації, братства, таємні товариства або ордени, етнічні групи тощо.

Ще в 1830-ті роки французький суспільствознавець Алексіс де Токвіль писав, що американці, здавалося, мали унікальну схильність до створення асоціацій. Майже з моменту створення нації громадяни США самоорганізовувалися для вирішення проблем. Варто зауважити, що США мали для такого сплеску соціальної активності й законодавчі передумови. Поправка Х (1791 р.) оголосила, що повноваження, не надані прямо уряду США і не заборонені штатам, залишаються «за штатами або за народом». Тому саме штати починали виконувати соціальні програми, а громадяни – започатковувати соціальні ініціативи.

Якщо шукати кореляцію між створенням громадських організацій (ГО) і розвитком соціального підприємництва, то можна зазначити, що в останні два десятиліття минулого століття сформувалися всі передумови для такої залежності. Якраз у цей період відбулося вибухове зростання некомерційних організацій. Якщо до початку 1980-х їх число в усьому світі не перевищувало 100 тисяч, і переважну кількість було зареєстровано в США, то до кінця 1990-х їх нараховувалися мільйони. І хоча США продовжували бути основним центром громадянської активності, в інших країнах також значно зросла чисельність громадських утворень.

Це відбувалось у країнах різного типу та в різних регіонах світу. Наприклад, у Франції упродовж 1990-х років щороку утворювалося близько 70 тисяч громадських організацій, що вчетверо більше, ніж у 1960-х роках. У Канаді між 1987 та 2002 рр. їх число зросло більш ніж на 50 %, досягнувши 200 тисяч. У країнах Центральної Європи за 1988-1995 рр. започаткувало діяльність близько 100 тисяч громадських організацій. У Бразилії в 1990-х роках число зареєстрованих ГО збільшилося з 250 тисяч до 400 тисяч, у США за 1989-1998 рр. – із 464 тисяч до 734 тисяч [4].

У результаті, поруч із державним та приватним секторами, виник новий багатомільярдний сектор економіки – громадський, або, як його часто називають, третій сектор. У США його посиленню сприяла політика «нового федералізму», ініційована адміністрацією Рейгана в середині 1980-х років, що мала на меті зменшення розміру федерального уряду і скорочення його бюджету. Відповідальність за низку соціальних послуг було перекладено на регіони. Це, а також втрата джерел фінансування багатьма організаціями, що змушені були шукати заробітку, призвело до виникнення феномену соціального підприємництва в його сучасному вигляді. Соціальне підприємництво як практична діяльність, що поєднує процес отримання економічної та соціальної вигоди, стало активно себе проявляти в цей період.

Як приклад можна навести таку широковідому організацію, як банк «Гремін», заснований у 1983 р. професором Мухаммадом Юнусом для викорінення бідності та підтримки бідних жінок у Бангладеші [42]. За свою діяльність М. Юнус став у 2006 р. лауреатом Нобелівської премії миру. У 1980 р. Білом Дрейтоном було засновано фонд «Ашока», що підтримує соціально-підприємницькі ініціативи у всьому світі.

Початок ХХІ століття ознаменувався суттєвим збільшенням кількості СП, переважно у розвинених країнах. Загострення соціальних проблем у цей період і зацікавленість урядів цих країн у залученні соціальних підприємств до розв’язання соціальних проблем суспільства, обумовило необхідність юридичного оформлення цієї групи підприємств. Саме в цей період були прийняті закони, які визначали статус соціальних підприємств. Одночасно проблеми соціальних підприємств стають предметом дослідження все більшої кількості науковців.

На сьогоднішній день соціальне підприємництво є визнаним у світі специфічним видом підприємництва, що спрямоване на створення соціальних та економічних благ. Незважаючи на свій молодий вік (приблизно 20-25 років), воно набуло значного поширення у світі і зайняло гідне місце в одному ряду з такими загальновизнаними трендовими напрямками розвитку підприємництва, як корпоративна соціальна відповідальність, благодійність, венчурна філантропія. Саме за допомогою соціальних підприємств намагаються вирішувати проблеми у тих секторах суспільства і економіки, які не охоплені державою або іншими підприємствами та на які не звертається достатня увага через відсутність коштів, знань, навичок чи безперспективність отримання значних економічних вигод.

**2.2. Організаційно-правові форми соціальних підприємств ЄС**

У світі зростає визнання соціального підприємництва як бізнес-моделі, що може підтримати економічне зростання та соціальний прогрес. Одним із напрямів діяльності, спрямованої на підтримку зростання соціального підприємництва, є оптимізація правового середовища.

З метою вивчення стану нормативно-правової бази для соціальних підприємств у країнах Європи Європейська комісія зініціювала дослідження на основі використання спільного визначення та спільних підходів (далі –«MappingStudy»). Дослідження виконувала юридична компанія «ICF» [50].

Спільне визначення соціального підприємництва охоплює три ключових аспекти, на яких наголошується в науковій літературі та програмних документах, наприклад, в «Ініціативах соціального бізнесу»:

* підприємницький вимір – участь у безперервній економічній діяльності;
* соціальний вимір – виразна соціальна мета;
* управлінський вимір – наявність механізмів управління, що забезпечують пріоритетність соціальної мети та врахування інтересів різних зацікавлених сторін [16].

Кожен із зазначених вище вимірів було визначено шляхом розроблення набору основних критеріїв, що відображають мінімальні умови, яким організація має відповідати, аби бути віднесеною до категорії соціального підприємства відповідно до визначення Євросоюзу. Організація повинна:

* брати участь в економічній діяльності;
* мати виразну соціальну мету, яка приносить користь суспільству;
* мати обмеження на розподіл прибутку чи активів серед зацікавлених сторін з метою встановлення пріоритетності досягнення соціальної мети;
* бути незалежною від держави чи прибуткових організацій;
* передбачати інклюзивне управління та/або демократичні процеси прийняття рішень [50].

У рамках згаданого дослідження експерти з правових питань підготували понад 850 сторінок аналізу щодо правових структур, якими послуговуються соціальні підприємства, і того, як закони й регуляторні правила використовуються в Європі для формування та підтримки соціального підприємництва.

Експертний аналіз правового середовища, у якому працюють соціальні підприємства, забезпечив формування багатовимірної картини законів, регулювання і податкового режиму соціального підприємництва в різних країнах – членах Європейського Союзу та Швейцарії.

Одним із головних результатів «MappingStudy» є те, що відсутність юридичного визнання соціального підприємництва в багатьох країнах ускладнює його діяльність, а також підтримку як урядовцями фахівцями, так і податковим стимулюванням.

Водночас дослідження «MappingStudy» показує, що соціальні підприємства набувають різних організаційно-правових форм і статусів:

1. адаптовані нинішні правові форми: асоціації, фонди, кооперативи, компанії;
2. правові форми, призначені виключно для соціальних підприємств (Social Enterprise Form);
3. правові статуси соціальних підприємств, які можуть бути отримані компаніями з різними організаційно-правовими формами при їх відповідності сукупності критеріїв [16].

16 європейських країн мають певні правові форми, які визнають, визначають і регулюють діяльність соціальних підприємств. Проте відповідно до звітів, наданих експертами, у державному законодавстві лише чотирьох із них є правова форма, створена цілеспрямовано саме для СП, – так звана форма соціального підприємства (Social Enterprise Form). Такими формами соціального підприємництва є:

1. соціальні кооперативи колективної власності (Societe Cooperative D’Interet Collectif) у Франції;
2. підприємства соціальної та солідарної економіки (Entreprise de l’economie Sociale et Solidaire або Entreprise ESS) – також у Франції;
3. соціальні кооперативи в Греції;
4. соціальні кооперативи в Італії.

Інший шлях правової організації соціального підприємництва в європейських країнах – адаптація вже наявних організаційно-правових форм. Вона дає змогу знижувати ризики для стартапів соціальних підприємств, полегшує виявлення і підтримку зростання та розвитку.

Точні характеристики національних організаційно-правових форм, що використовуються для потреб соціального підприємництва в європейських країнах, відрізняються одна від одної. Однак виділення спільних рис дає змогу об’єднати їх в окремі типи із загальними характеристиками:

* неприбуткові організації, що дотримуються демократичних принципів управління і не розподіляють прибутків між зацікавленими сторонами, а спрямовують їх на досягнення соціальної мети;
* кооперативи, які зазвичай перебувають у власності та контролюються членами на демократичній основі, розподіляють прибуток від діяльності між членами кооперативу, а також, окрім цього, можуть мати соціальну мету, записану в статуті чи інших документах, або надавати послуги громадського значення;
* спільні компанії, які здебільшого належать акціонерам на пропорційній основі та контролюються ними і які можуть провадити різні види комерційної діяльності з метою сприяння досягненню соціальної мети.

У європейському правовому середовищі розрізняють поняття організаційно-правової форми, яка стосується фундаментальної правової структури організації, та поняття правового статусу, що може надаватися різним підприємствам чи установам, які відповідають певним вимогам або характеристикам. Такі правові статуси тлумачаться й застосовуються по-різному в європейських країнах і часом описуються у визначеннях «соціального підприємництва», але найчастіше вони стосуються традиційного поняття «соціальна економіка» чи «соціальна бізнес-ініціатива». Правовий статус соціального підприємства, зокрема, мають:

* компанії соціальної мети в Бельгії (Social purpose company);
* соціальне підприємство «відповідно до закону» в Італії (Social Enterprise ‘ex-Lege’);
* компанія солідарної соціальної корисності у Франції (Entreprise Solidaire d‘Utilite Sociale (ESUS));
* компанія інтересів громади у Великобританії (The Community Interest Company in the UK) [9].

**2.3. Європейський досвід розвитку соціального підприємництва**

Підґрунтям для розвитку соціального підприємництва в Європі стала активізація з середини ХІХ століття кооперативного руху. На відміну від бізнес- та некомерційних організацій, кооперативи створюються переважно фізичними особами з метою задоволення їх власних економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. На початку ХХ століття кооперативи вже відігравали важливу роль у вирішенні соціальних проблем європейських країн.

Поряд з розвитком кооперативної сфери у всіх європейських країнах, виникають благодійні та інші види некомерційних організацій в секторах охорони здоров’я та соціального обслуговування. Поступово держава починає активно перебирати реалізацію соціальних функцій на себе (приймаються закони у сфері соціального страхування, соціального забезпечення, створюються відповідні державні інституції) [38]. Посилення ролі держави у соціальному захисті населення, яке стало орієнтиром для більшості європейських країн, значно обмежило вплив асоціацій, кооперативів, товариств взаємного страхування на розв’язання соціальних проблем [38]. Проте у 70-ті роки ХХ ст. на фоні уповільнення економічного зростання, дефіциту державного бюджету, хронічного структурного безробіття (близько 40% безробітних) виявилися прогалини у такій системі державного соціального забезпечення [41]. При цьому європейські країни по-різному реагували на тодішні економічні виклики. Так, Бельгія, Франція, Німеччина та Ірландія у 80-х роках ХХ ст. впровадили програму «вторинного ринку праці», спрямовану на зниження рівня безробіття, яка передбачала інтеграцію безробітних на ринку праці, в реалізації якої брали участь неприбуткові організації.

У країнах Скандинавії, з достатньо високим рівнем соціального захисту населення, неприбуткові організації не брали участь у розв’язанні проблем безробіття, а здебільшого здійснюють свою діяльність у сфері відпочинку та культури. Разом з тим, для скандинавських країн характерний розвинутий кооперативний рух (робочі та сільськогосподарські кооперативи).

Відносно низький рівень державних витрат на соціальні послуги у Великобританії компенсувався активною діяльністю некомерційного сектору, фінансування якого здійснюється переважно бізнес-організаціями. Великобританія у 80-х роках почала активно запроваджувати псевдо-модель соціального забезпечення. Її специфіка полягала у тому, що держава залишала за собою функції фінансування і регулювання соціальних послуг, а їх надання на конкурсній основі могли здійснювати як державні організації, так і неприбуткові та бізнес-організації [40].

Поступово в європейських країнах соціальне підприємництво оформлюється інституційно та починає отримувати підтримку держави. А саме, починаючи з 90-х років ХХ століття, починають активно створюватися і розвиватися соціальні підприємства у Великобританії, що в основному було обумовлено активною державною підтримкою такого виду діяльності [27].

**2.3.1. Великобританія**

На сьогоднішній день у Великобританії найбільш вживаними є такі визначення соціального підприємства:

* визначення Департаменту торгівлі і промисловості (DTI): соціальне підприємство – це бізнес, який, перш за все, переслідує соціальні цілі (і в меншій мірі – цілі максимізації прибутку акціонерів або власників), доходи якого переважно реінвестуються, відповідно до цієї мети, в підприємство або співтовариство.
* визначення, дане компанією Social Enterprise UK (SEUK): соціальне підприємство – це самостійна, прозора і підзвітна організація з чіткою соціальною та/або екологічної місією, яка генерує більшу частину своїх доходів за рахунок продажу власних товарів і/або послуг і реінвестує більшу частину свого прибутку.

Отже, до основних характеристик британського соціального підприємства можна віднести:

1. Це бізнес-організація;
2. Ключова мета діяльності – вирішення або пом’якшення соціальних і/або екологічних проблем. Бажано, щоб це було закріплено в статутних документах;
3. Реінвестування свого прибутку у розвиток свого підприємства або на підтримку громадських ініціатив та організацій;
4. Прозорість операцій і звітність щодо впливу і здійсненому соціальному ефекту.

Варто зазначити, що ніякого контролю за підприємствами з боку уряду на предмет того, чи підходять вони під ці характеристики, немає. Для британських соціальних підприємств характерна сильна самоідентифікація: якщо підприємство вважає себе відповідним визначенню соціального, то воно може назвати себе таким. Для різних досліджень і звітів британський уряд використовує такі критерії: якщо підприємства не платять більше ніж 50% прибутку власникам або акціонерам, бачать свою бізнес-місію соціальною, генерують не менше 25% свого доходу від торгівлі і не отримують більше 75% доходу від грантів або пожертвувань.

Відповідно до дослідження, яке проводилося Social Enterprise UK у 2015 році у Великобританії, налічувалося близько 70 000 соціальних підприємств, внесок в економіку яких оцінюють у 24 млрд фунтів стерлінгів та на яких працевлаштовано майже 1 млн осіб [52].

Окрім цього, за результатами опитування 15 198 СП, були виокремлені такі основні тенденції розвитку СП у 2017 році:

* близько половини (49%) всіх соціальних підприємств - це підприємства, що функціонують п’ять років або менше; 35% СП - це ті, що здійснюють свою діяльність три роки або менше;
* близько 50% соціальних підприємств у 2015 році отримали прибуток та майже всі досліджуванні підприємства використовують більшу частину цього прибутку для досягнення їх соціальних або екологічних цілей;
* 73% СП отримують більше ніж 75% доходу від торгівлі;
* 31% СП функціонують у топ 20% найбідніших громад Великобританії;
* 59% соціальних підприємств співпрацюють з державним сектором. Для 27% соціальних підприємств державний сектор є основним джерелом доходу;
* 40% соціальних підприємств очолюють жінки; 40% директорів СП - це особи з інвалідністю;
* 41% соціальних підприємств створили робочі місця у порівнянні з 22% традиційних малих і середніх підприємств [52].

Соціальні підприємства Великобританії поширені в таких основних організаційно-правових формах: компанія, відповідальність учасників якої обмежена наданими ними гарантіями (близько 45% СП станом на 2017 рік); товариство з обмеженою відповідальністю; акціонерна компанія з обмеженою відповідальністю; компанія, що діє в інтересах громади (форма діяльності, що була створена спеціально для соціальних підприємств, яка передбачає, що активи та доходи мають використовуватися для блага суспільства, та які повинні діяти в сферах догляду за дітьми, соціального житла, дозвілля, громадського транспорту) – близько 20% СП станом на 2015 рік; товариства взаємодопомоги; некорпоративні асоціації; індивідуальний підприємець; командитне товариство [46;52].

Дослідження показало, що соціальні підприємства здійснюють свою діяльність у величезному спектрі галузей – від медичної діагностики до виробництва вуликів. Проте найбільше соціальних підприємств зосереджено у сфері послуг, а саме: у сфері освіти (18%), підтримки бізнесу / консультування (17%), працевлаштування та підвищення кваліфікації (14%) та у роздрібній торгівлі (12%) [52].

Великі організації (250+ співробітників) частіше зосереджені на постачанні державних послуг, таких як житло (33%), соціальне забезпечення (26%) та охорона здоров’я (22%).

Одним із найважливіших питань у діяльності соціальних підприємств є питання фінансування. За результатами звіту «The State of Social Enterprise Report 2017» понад 4 з 10 СП у Великобританії потребували додаткового фінансування:

* найбільш поширений джерелом фінансування є ґрант, близько 83% респондентів його використовували. Для порівняння у 2015 році таких соціальних підприємств було на 4% більше;
* другим найбільш поширеним джерелом були позики, біля 23% соціальних підприємств використовують їх у своїй діяльності, що на 3% більше у порівнянні з 2015 роком;
* також майже 6% використовували овердрафт; 3% – кредит під заставу; 3% – власний капітал; 5% – лізинг; 16% – інші джерела фінансування;
* значна частина (47%) соціальних підприємств спрямовувала залучені джерела фінансування на розвиток соціального підприємства, 42% респондентів – на оборотний капітал, 35% – на закупівлю/ремонт обладнання, 5% – фінансові платежі за результатами контрактів [52].

Британські соціальні підприємства активно залучають кошти зі спеціалізованих фінансових інститутів, а саме: з місцевих і міжнародних фондів (Ashoka, Big Lottery Fund, ClearlySo, Cooperative and Community Finance), фондів підтримки при різних міністерствах, «трастових» фондів; кредитних спілок, венчурних організацій (Impetus-PEF). Є також організації «соціальних» інвесторів (Big Issue Invest, Bridges Ventures, CAF Venturesome, Social Finance), «соціальні» банки (Charity Bank, Triodos Bank, Unity Trust Bank і Futurebuilders England) [48] та інші організації. Інфраструктура ринку також включає соціальну фондову біржу (Social Stock Exchange), онлайн-платформу Ethex, краудфандингову платформу для соціальних інвестицій Abundance. Є фінансові інструменти, такі як «облігації соціального впливу» (Social Impact Bonds) і MicroGenius, що дозволяють звичайним людям купувати акції підприємств легко і безпечно [17].

Також у 2014-му році були введені податкові пільги, що надаються соціальним інвесторам: особам і організаціям, які вкладають кошти в соціальні підприємства. Їх податок на прибуток зменшується на 30%.

Разом з тим, соціальні підприємства Великобританії мають змогу отримувати кошти від державного органу «Big Lottery Fund», який відповідає за розподіл коштів, залучених від національної лотереї National Lottery, на «добрі справи».

Досвід Великобританії у сфері соціального підприємництва підтверджує тезу щодо того, що соціальне підприємництво розглядається як потужний драйвер інституціональних змін й розвитку економіки у країнах з трансформаційною економікою.

**2.3.2. Німеччина**

Як і у більшості європейських країн, у Німеччині підґрунтям для розвитку соціальних підприємств стали благодійні та громадські організації, кооперативи і фонди, які почали створюватися ще у ХІХ столітті.

Узагальнення спеціальної літератури з даної проблематики дозволяє визначити, що основними передумовами для розвитку німецьких соціальних підприємств стали активна діяльність жіночих та екологічних рухів 60-х–70-х років ХХ століття (це сприяло виникненню соціальних підприємств у якості інструментів соціальної критики (1), як рішення для масового безробіття (2) і як інструменту місцевого розвитку (3)) та криза в соціальній сфері, починаючи з кінця 1980-х років ХХ століття, що в свою чергу посприяло виникненню соціальних підприємств на базі існуючих благодійних організацій. Окрім цього, відповідна державна політика сприяла доступу комерційних організацій до ринку соціальних послуг [36;54;55].

На сьогоднішній день в Німеччині нараховується близько 100 тис. соціальних підприємств, у діяльності яких задіяно майже 2,5 млн. працівників. Значну роль в активізації соціального підприємництва у Німеччині відіграла активна державна політика у даній сфері. Серед ключових напрямків державної підтримки соціальних підприємств варто виокремити:

* впровадження статусу «суспільне благо», який можуть отримати організації з соціальною місією будь-якої організаційно-правової форми; такий статус звільняє від сплати корпоративного податку на прибуток, проте накладає суворі обмеження на розподіл прибутку;
* Національна стратегія зайнятості до 2010 року, що передбачала: більш широке залучення соціальних підприємств та інших суб’єктів відповідної екосистеми (венчурних філантропічних фондів, міжнародних донорських організацій) в політичний діалог про соціальні інновації та зайнятість; огляд умов ризику капітальних вкладень в суспільно-корисні компанії; включення соціальних підприємств як окремих категорій цільових груп в схеми державної підтримки. Для того, щоб державні органи / організації були більш обізнані і реагували на соціальні інновації, створення необхідних форумів для обміну; підтримка ініціатив, спрямованих на встановлення загальних стандартів для вимірювання та обліку впливу; сприяння співробітництву між соціальними підприємствами, іншими підприємствами, асоціаціями, громадськими інститутами і державними структурами на різних рівнях [36].
* фінансування соціальних підприємств з боку національного банку розвитку KfW та структурних фондів ЄС;
* стимулювання волонтерства, яке тою чи іншою мірою дотичне до соціального підприємництва;
* Закон про німецькі кооперативи, що зрівняв кооперативи з соціальною місією та традиційні кооперативи;
* підтримка на регіональному та місцевому рівні - землі і муніципалітети також беруть участь в просуванні і підтримці соціального підприємництва. Наприклад, земля Північний Рейн-Вестфалія створила схему підтримки, спеціально призначену для підприємств, що працюють «для загального блага». Баварія робить акцент на просуванні «соціальних кооперативів». Великі міста Берлін і Мюнхен активно просувають соціальне підприємництво і тісно співпрацювати з зацікавленими сторонами в створенні механізмів їх підтримки.

Окрім державних структур, розвитком соціального підприємства займаються й інші організації [36]:

* вищі навчальні заклади: впроваджуються навчальні курси з організації діяльності соціальних підприємств та інших організацій «третього сектору»;
* фонди Ашока і Шваб допомагають соціальним підприємствам дослідженнями, загальною інформацією, порадами, пошуком партнерів, створенням мереж, фінансування та іншими видами підтримки;
* Social Impact Labs в Берліні, Гамбурзі, Франкфурті та Лейпцигу (якими управляє Social Impact gGmbH), а також Social Lab Köln (в сфері освіти) пропонують різні послуги, особливо для стартапів соціальних підприємств: коворкінг-інфраструктуру, консультації, пошук джерел фінансування, створення мереж, науково-дослідні та експериментальні проекти. Проект «AndersGründer» від Social Impact gGmbH надає всебічну підтримку соціальним новаторам;
* Impact HUBs в Мюнхені та Берліні пропонують коворкінг-простори, конференц-зали та інші бізнес-інфраструктури для осіб, що ідентифікують себе в якості соціальних підприємців;
* IdeaCamp з Берліна націлений на молодих (студентів) соціальних підприємців, програми наставництва, інструктивні матеріали, робочі наради і семінари, а також мережеві можливості;
* деякі професійні консультанти, такі як IQ-Consult, спеціалізуються на консультації соціальних підприємців та їх партнерів в бізнесі і громадянському суспільстві;
* сайти, такі як betterplace.de, доповнюють державний портал engagiertindeutschland.de, дозволяють зібрати пожертви чи залучити волонтерів тощо [36].

Соціальні підприємства створюються в таких організаційно-правових формах як фонд, громадське об’єднання, товариство з обмеженою відповідальністю і кооператив. Проте, на відміну від інших європейських країн, наприклад, таких як Італія (соціальні кооперативи), Великобританія (компанія, що діє в інтересах громади), у Німеччині немає особливої правової форми для соціальних підприємств.

Дослідження структури та обсягів доходу соціальних підприємств Німеччини дало такі результати: основна частина коштів (близько 21%) надходила від реалізації товарів, робіт, послуг цільовим групам споживачів та 20,8% в якості плати за послуги, що виплачуються з державних бюджетів (як правило, соціальні послуги в рамках Соціального кодексу). Окрім цього, близько 15% від доходу становлять державні гранти та субсидії, приватні пожертвування – 10,3%, кошти від фондів – 7,1%, спонсорські внески та кошти отримані в рамках КСВ – 8%, членські внески – 5% [53].

До основних сфер діяльності німецьких соціальних підприємств можна віднести (станом на 2015 рік) [36]: соціальні послуги (22%), навчання та дошкільні навчальні заклади (17%), спорт і активний відпочинок (14%), мистецтво та ЗМІ (13%), охорона здоров’я (8%), житло-забезпечення (5%), дозвілля (4%), охорона природи та охорона навколишнього середовища (3%), представництво громадянських інтересів (2%), дослідження (2%), міжнародна діяльність (2%), комунальні послуги (2%), побутові послуги (1%) та ін. [53].

Стрімкий розвиток соціального підприємництва в Німеччині, як і Великобританії, в першу чергу пов’язаний із активною державною підтримкою цього напрямку, а також суттєвим рівнем громадської активності. Разом з тим, німецькі соціальні підприємства стикаються із рядом перепон на своєму шляху, а саме: небажання суб’єктів державного сектора до інновацій та/або партнерства з соціальними підприємствами; слабкі управлінські навички та висока вартість консультаційних послуг у сфері бізнесу для стартапів СП; проблеми у формуванні та підтримці стійкої бізнес-моделі, а також з мультиплікацією своєї діяльності; відносно невеликі масштаби фінансування проектів з соціальними наслідками.

**2.3.3. Росія**

Російське соціальне підприємництво почало активно розвиватися лише в останні п'ять років, стверджує авторка дослідження «Социальное предпринимательство в России и мире» Александра Московська [30]. Якщо в Україні такому розвиткові сприяють переважно міжнародні фонди, то в Росії провідну роль у поширенні соціального підприємництва відіграє уряд та місцеві приватні фонди. У 2011 році уряд РФ створив неприбуткову організацію «Агентство стратегічних ініціатив з реалізації нових проектів», яка з 2012 проводить відкриті конкурси й надає фінансову підтримку соціальним проектам малого й середнього бізнесу [20]. Роботу соціальних підприємств підтримують Міністерство економічного розвитку Росії та експертна рада при Держдумі, а ресурс «Соціальна карта Російської Федерації», що містить інформацію про соціальні проблеми регіонів, допомагає потенційним та практикуючим соціальним підприємцям знайти ідеї для соціально-орієнтованих проектів.

Експерти зазначають, що частка соціального підприємництва у загальному ВВП Росії у сім разів менша, ніж у європейських країнах, а про соціальне підприємництво знає лише 33% мешканців РФ [30]. Втім, завдяки підтримці державної влади, соціальних інвесторів і самих соціальних підприємців рівень поінформованості зростає. Цьому сприяють і академічні установи. На відміну від українських вишів, соціальне підприємництво вже увійшло до навчальних планів провідних російських університетів – Національного дослідницького університету «Вища школа економіки» у Москві, Школи менеджменту Санкт-Петербурзького державного університету, Інституту додаткової освіти Новосибірського державного технічного університету й Тюменського державного нафтогазового університету.

Що ж до недержавної підтримки, тут найактивнішу позицію займає благодійний фонд «Наше майбутнє», заснований 2007 року головою кампанії «Лукойл» Вагітом Алекперовим. З 2009 року він проводить щорічні конкурси соціальних бізнес-планів і надає підприємцям безвідсоткові кредити (до 10 млн. рублів, що дорівнює 2,6 млн. гривень, на термін до 7 років) на втілення розроблених соціальних проектів. У рамках щорічних конкурсів уже підтримано більше 60 проектів на загальну суму 130 млн. російських рублів [30].

Найвідомішим та найбільш контроверсійним прикладом соціального підприємства став московський ресторан «У темряві?!», який працевлаштував 8 незрячих офіціантів. Ресторан працює у цілковитій темряві: це дозволяє зрячим відвідувачам зрозуміти, що означає жити без зору. Перші п’ять років ресторан працював за франшизою французької компанії Dans le Noir?, а по завершенню контракту отримав російську назву «В темноте?!» Відвідувачі у темній обідній залі не знають, які страви будуть куштувати – перед вечерею їм пропонують обрати серед п'яти різновидів меню. Так зване «біле» складається з будь-яких видів продуктів; «червоне» містить страви з м’яса; «синє» – страви з риби та морепродуктів; «зелене» – вегетаріанське, а «жовте» – японська кухня. Вдень ресторан працює як їдальня для співробітників офтальмологічної клініки того самого власника.

**2.3.4. Польща**

З 2003 року в Польщі йде активний процес розвитку і поширення ідеї нової «громадської економії», соціального підприємництва, як нового напряму соціальної політики, активізує споживача соціальних послуг, що перетворює його в відповідального, незалежного управлінця своїм життям. Ця проста концепція, що здається елементарною і природною, проходить складний шлях зміни суспільної свідомості, інституційних та правових норм, визнання і схвалення на всіх рівнях.

На початку 2007 року в Польщі було зареєстровано 106 соціальних кооперативів, з працевлаштуванням 500 осіб [1]. Так, Асоціація регіональної кооперації з 2005 року займається проектом «Віртуальний Інкубатор для «Громадської економії». Мета проекту – розвиток та перевірка моделі системи підтримки створення хороших і стабільних посад у сфері «громадської економії» для людей, дискримінованих на ринку праці. Робота починається зі створення бізнес-ідеї. Джерелом ідей служить аналіз ринку, що виявляє потреби певних послуг у контексті можливості їх надання людьми з проблемами на звичайному ринку праці (як правило, це люди з низькою або застарілою, що вийшла з використання кваліфікацією). Іноді в Інкубатор приходять безробітні люди з власною ініціативою створення бізнесу. Тоді цю ідею піддають первинному аналізу на спроможність існування на ринку і розрахунку попиту на запропоновані послуги. Проведений аналіз повинен підтвердити самоокупність підприємства.

У Гміні Пшчина соціальні кооперативи створені на базі діяльності Центру муніципального соціального обслуговування населення. Кілька різних за напрямками діяльності соціальних кооперативів розташовані разом територіально: пральня, столярна майстерня, друкарня (спільно з фотостудією) [1].

У пральні працюють в основному жінки, в той час як у столярній – чоловіки. «Територіальний осередок» кооперативів дає можливість концентрації ресурсів, узагальнення досвіду між учасниками, спілкування. Діючі кооперативи тільки починають свій розвиток, ще не вийшли на самоокупність, тим не менше, вже мають великі шанси на успіх – налагоджені зв'язки з постачальниками і покупцями послуг: як державними, так і недержавними інститутами.

**2.4. Порівняльна характеристика соціального підприємництва у світі**

Характеристика соціального підприємництва в різних країнах світу свідчить про деяку полярність (відмінність) у формуванні механізмів втілення такого виду підприємництва з одного боку та спорідненість (схожість) з іншого. Відмінність більшою мірою полягає у виборі механізмів реалізації соціальних підприємств та особливостей їх фінансування, а схожість – у направленості на вирішення соціальних проблем.

Порівняльна характеристика досвіду реалізації соціального підприємництва у різних країнах світу представлена в таблиці 2.1 [4;9;17].

*Таблиця 2.1*

Порівняльна характеристика соціального підприємництва у світі

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Країна** | **Механізми втіленні соціального підприємництва** | **Сфера застосування** | **Соціальні проблеми, на вирішення яких направлена діяльність** |
| США | Розширення комерційноїдіяльності в некомерційному секторі | Освіта, охорона здоров’я, розвиток місцевих громад | Забезпечення робочими місцямипредставників неблагополучнихверств населення |
| Бангладеш | Надання кредитів на основі системи створення «солідарних груп», невеликихнеформальних об’єднань | Кредитування | Кредитування малозабезпеченихверств населення, боротьба з бідністю |
| Німеччина | Проведення бізнес-семінарів з лідерства та командноїроботи в повній темряві, де тренерами виступаютьнезрячі люди | Освіта | Соціальна адаптація людей з особливими потребами (незрячі) |
| Італія | Створення соціальнихкооперативів |  | Соціальні проблеми в суспільстві |
| Шотландія | Створення приватнихпідприємств | Торгівля, соціально-побутові послуги | Підтримка людей з психічнимизахворюваннями |
| Румунія | Створення приватнихпідприємств | Охорона здоров’я,охорона навколишньогосередовища, соціально-побутові послуги, торгівля | Соціальна та професійна реабілітація людей, які втратили роботу |
| Польща | Створення соціальнихкооперативів | Консультаційні послуги,соціально-побутовіпослуги, | Підтримка людей дискримінованихна ринку праці |
| Росія | Комерціалізація спеціалізованих підприємств,некомерційні та благодійніорганізації, створенняприватних підприємств | Сільське господарство,соціально-побутовіпослуги, консультаційніпослуги | Підтримка багатодітних малозабезпечених матерів, працевлаштування інвалідів, адаптація і працевлаштування дітей та молоді, якіперебували у місцях позбавлення волі |

Виходячи із узагальненого аналізу соціального підприємництва, у світі визначається декілька можливих механізмів розвитку соціального підприємництва: розвиток комерційної діяльності підприємствами некомерційного сектору, а також благодійними фондами та некомерційними організаціями; створення приватних підприємств з соціальною місією, перетворення спеціалізованих некомерційних підприємств в комерційні. Метою всіх цих підприємств є вирішення гострих соціальних проблем, зокрема допомога в працевлаштуванні людям дискредитованим на ринку праці (багатодітним матерям, інвалідам, бувшим ув’язненим, дітям-сиротам, психічно хворим).

Аналізуючи досвід США, кран Європи та інших країн світу щодо розвитку та реалізації проектів соціального підприємництва можна сказати, що інститут соціального підприємництва є досить розвинутим в багатьох країнах світу, зокрема, США, Великобританії, Італії та інших країнах Європи, продовжує розвиватися та набуває вагомої значущості в країнах Східної Європи: Польщі, Румунії, Росії [22]. Досвід зарубіжних країн свідчить про нагальну необхідність закріплення інституту соціального підприємництва на законодавчому рівні та визначення основних правил функціонування та підтримки такого типу підприємств в соціально-економічному середовищі держави. Огляд механізмів реалізації соціального підприємництва в різних країнах світу доводить життєздатність та життєву необхідність такого виду підприємництва та його спроможність вирішувати соціальні проблеми суспільства, що допомагає побудувати «місток» між соціальною та економічною сферою життя людей, збалансувати інтереси різних соціальних верств суспільства та задовольнити існуючі потреби.

**РОЗДІЛ III. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ**

В Україні часто плутають корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) із соціальним підприємництвом. Насправді це два різні явища: основною метою соціально відповідального бізнесу є створення продукту чи послуги та отримання прибутку, при цьому соціальний ефект є додатковим аспектом, доцільність якого визначається рішенням керівництва, тоді як для соціального підприємства соціальний ефект – це його сутність та обов’язкова складова.

Розвиток соціального підприємництва в Україні привернув увагу та почав здобувати підтримку міжнародної спільноти на початку 2000-х років. З 2015 року соціальне підприємництво в Україні стало розвиватися більш активно як вимушена реакція суспільства на нові виклики, пов’язані з конфліктом на сході України та погіршенням соціально-економічної ситуації. Спостерігається зростання кількості реально діючих соціальних підприємств, що демонструє порівняння каталогів соціальних підприємств 2013 року (41 СП) і 2016–2017 рр. (150 СП) [10]. Соціальні підприємства створюються заради вирішення проблем безробіття, соціального захисту та інтеграції вразливих груп населення в суспільство. Проте в нашій країні досі нема єдиного чіткого визначення соціального підприємництва, ні в законодавчій, ні в професійній сфері. Наприклад, Каталог соціальних підприємств визначає соціальне підприємство як організацію (незалежно від організаційно-правової форми), яка вирішує соціальні та/або екологічні проблеми. Ключовими критеріями належності організації до кластеру соціальних підприємств можуть бути такі:

* працевлаштування вразливих груп населення (таких як ветерани АТО, ВПО, особи з інвалідністю, мешканці сільської місцевості та ін.);
* прибуток від діяльності повністю або частково спрямовується на підтримання статутної діяльності ГО, БО чи БФ;
* прибуток повністю або частково витрачається на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення [18].

Ці критерії є зрозумілими для соціальних підприємців, які розпочинали свій розвиток із благодійної чи громадської діяльності, та відповідають мотивам більшості з них щодо провадження цієї діяльності. Соціальні підприємці зазначають, що саме їхні цінності та бажання зробити суспільство кращим, життєвий досвід вирішення власних та суспільних проблем, необхідність самореалізації в соціальній сфері підштовхують їх до створення та розвитку соціальних підприємств. Але такий підхід і таке визначення значно обмежені лише соціальною складовою і не враховують того, що соціальне підприємство – це бізнес, тобто самостійний суб’єкт господарювання, створений відповідно до законодавства для виробництва продукції та надання послуг з метою задоволення суспільних потреб та отримання прибутку. І це та складова, на яку звертають увагу організації, що готові надавати фінансову підтримку саме бізнес-проектам з можливістю досягти соціального ефекту.

Отже, враховуючи зазначені вище підходи, соціальне підприємство можна визначати як бізнес, спрямований насамперед на соціальні цілі, прибутки якого йдуть переважно на саморозвиток, громадські справи чи розв’язання соціальних проблем [34]. Формування належного розуміння поняття соціального підприємництва в Україні відкриє нові перспективи як для підприємців, так і для організацій, що надають фінансування, і дасть можливість усім учасникам екосистеми ефективно співпрацювати для створення бізнесу «із сенсом».

**3.1. Історія розвитку соціального підприємництва в Україні**

Соціальне підприємництво не є новим явищем для України, оскільки дослідники Зіновій Свереда та Юрій Лопатинський вважають, що на початку ХХ століття Митрополит Андрей Шептицький активно впроваджував принципи соціального підприємництва і кооперації у веденні бізнесу на Західній Україні. Також згадують відомих підприємців-меценатів Ханенків, Терещенків, Яхненків, Симиренків, Харитоненків та інших, які інвестували велику частину своїх прибутків у розвиток української освіти і культури та соціальну сферу.

1991 рік – прийнятий Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні», де Стаття 14 дає можливість організаціям, які представляють людей з особливими потребами, створювати господарські підприємства: «З метою виконання статутних завдань і цілей зареєстровані громадські організації інвалідів, їх спілки мають право здійснювати необхідну господарську діяльність без мети отримання прибутку, а також господарську та підприємницьку діяльність шляхом створення госпрозрахункових установ і організацій із статусом юридичної особи, а також підприємств, заснованих на колективній власності громадських організацій. Продукція підприємств і організацій громадських організацій інвалідів включається до державного замовлення в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України» [15]. Прототипами класичних соціальних підприємств стали підприємства Українського товариства організацій сліпих (УТОС) та Українського товариства організацій глухих (УТОГ), які почали свою діяльність з 1993 року.

У статутах таких підприємств соціальна складова є основною метою створення і діяльності.

Приклад мети у статуті підприємства УТОС (м. Краматорськ):

**Основною метою діяльності є:**

* працевлаштування інвалідів по зору 1 та 2 груп з урахуванням охорони залишкового зору, слуху, дотику та інших компенсаторних можливостей сліпих шляхом розробки спеціальної технології, та впровадження тефло-технічних засобів промислового та культурно-побутового призначення;
* навчання інвалідів по зору 1 та 2 груп всім посильним для них професіям та технологічним операціям;
* працевлаштування інвалідів у відповідності з рекомендаціями, розробленими науково-дослідними інститутами та іншими компетентними установами і організаціями;
* забезпечення інвалідів відповідними умовами праці, житлом, можливістю оздоровлення на базі відпочинку та створення умов для соціально-культурного розвитку у гуртках, та бібліотеці.

2004 рік – «Мережа громадянської дії в Україні» (UCAN) за фінансової підтримки Агенції США з міжнародного розвитку (USAID) реалізував проект «Соціальне підприємництво» в Україні [33].

Саме з 2004 року словосполучення «соціальне підприємництво» увійшло до українського лексикону після проведення серії тренінгів з експертами США щодо створення соціальних підприємств громадськими організаціями. За період з 2004 по 2007 роки програмою UCAN було підтримано грантами 28 проектів створення соціальних підприємств на території Україні [33].

2010 рік – За ініціативи Британської Ради в Україні створений Консорціум «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні», до якого увійшли Фонд «Східна Європа», Міжнародний фонд «Відродження», комерційний банк «Ерсте-банк» та міжнародна аудиторська компанія «PWC».

За період з 2010 по 2013 рр. Консорціумом були підтримані проведення тренінгів для тренерів з соціального підприємництва за участі британських експертів, створення 4 ресурсних центрів розвитку соціального підприємництва у регіонах України (Київ, Донецьк, Сокаль, Сімферополь), підготовлений та перекладений посібник з планування соціального підприємства, який містить усі важливі складові СП. Посібник викладений у вільному доступі на інтернет-сторінці Британської Ради [34].

2013 рік – став достатньо знаковим для розвитку соціального підприємництва в Україні, завдяки таким подіям:

* «Каталог соціальних підприємств України 2013 року» – перша спроба зібрати інформацію щодо підприємств, які себе вважали соціальними. До Каталогу увійшло 41 підприємство з різних областей України, різних галузей та організаційно-правових форм.
* «І Всеукраїнський Форум соціальних підприємців» відбувся у березні, у якому взяли участь 100 учасників, з яких лише чверть представляли соціальні підприємства, половина представляли громадські організації, що прагнули створювати соціальні підприємства, решта – донорські, освітні, наукові, державні структури.
* Запуск порталу «Соціальне підприємництво в Україні» www.socialbusiness.in.ua – інформаційний майданчик виключно про соціальне підприємництво.
* Перша спроба законодавчого регулювання соціального підприємництва. О.Б. Фельдман підготував законопроект № 2508 «Про соціальні підприємства», який був відхилений при розгляді Комітетом Верховної Ради з питань економічної політики [25].

2014 рік – побачила світ перша систематизована книга про соціальне підприємництво українською мовою від Катерини Смаглій «Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія», яка складається з теоретичної та практичної частин, що розкривають явище соціального підприємництва, знайомлять з історією розвитку цього типу бізнесу та його законодавчого регулювання в США, країнах Європейського Союзу, Російській Федерації та Україні.

2015 рік – Western NIS Enterprise Fund (США) за підтримки USAID відкриває Програму соціального інвестування, метою якої є надання фінансових ресурсів для розвитку соціальних підприємств у вигляді кредитів (під низькі кредитні ставки від 5 до 10% річних) через комерційні банки в Україні.

У квітні 2015 року була друга спроба узаконити соціальне підприємництво в Україні. О. Фельдман запропонував допрацьований варіант законопроекту «Про соціальні підприємства» № 2710, який отримав негативний висновок антикорупційної експертизи нормативно-правового акту [25].

У зв’язку з військовими діями на сході України, з’явилася велика кількість нових вразливих груп населення: внутрішньо переселені особи (ВПО) та учасники бойових дій, які потребували допомоги і у побуті, і у нових робочих місцях. Багато міжнародних донорських організацій запровадили програми з підтримки ВПО, особливо відкриття власних підприємств. Такі програми відкрили: Програма розвитку ООН, Міжнародна організація з міграції, Міжнародний фонд «Відродження» та інші, що, по суті, стало суттєвою підтримкою розвитку соціальних підприємств.

2016 рік:

* Курс «Соціальне підприємництво» був вперше проведений у Львівській бізнес-школі Українського католицького університету.
* Курс «Соціальне підприємництво», як вибірковий, був запроваджений у бакалаврській програмі Школи соціальної роботи Національного університету «Києво-Могилянська Академія».
* «ІІ Всеукраїнський Форум соціальних підприємців» пройшов у листопаді, на який зголосилося вже 300 учасників, що втричі більше, ніж на першому форумі.
* «Каталог соціальних підприємств України 2016 року», до якого увійшли 150 підприємств, які ретельно відбиралися у відповідності до критеріїв, розроблених заздалегідь [18].

**3.2. Типологізація соціальних підприємств України**

**Галузева належність.** Соціальні підприємства, як і будь-які інші, можна поділити за галузевою належністю. Згідно з Каталогом соціальних підприємств, у 2017 році найбільш поширеними сферами діяльності соціальних підприємств в Україні були трудова, медична та соціальна реабілітація вразливих категорій населення (зокрема осіб з інвалідністю, ВПО та ветеранів АТО), вирощування та збут сільськогосподарської продукції, виготовлення та продаж продукції хенд-мейд, продаж товарів у благодійних магазинах і на онлайн-платформах (рис. 3.1) [18]. Але часто соціальні підприємства не обмежуються лише однією галуззю, а працюють як багатопрофільні чи комбіновані підприємства.



Рисунок 3.1. Типи соціальних підприємств за галузями\*

\*Сума перевищує 100%, оскільки соціальні підприємства можуть належати одразу до кількох галузей.

Цілком можливо, що у зв’язку з децентралізацією в місцевих громадах невдовзі виникне необхідність закупівлі соціальних послуг, тому найбільш перспективними можуть стати підприємства, діяльність яких спрямована на покриття потреб держави в забезпеченні соціальної допомоги. З іншого боку, значно зростає кількість підприємств, які працюють у галузі інформаційних технологій (IT), що пов’язано з попитом на ІТ-рішення, зокрема в державній сфері та сфері надання громадських послуг [33].

**Соціальне призначення.** Важливим критерієм для типологізації соціальних підприємств може бути їхнє соціальне призначення, оскільки саме це відрізняє їх від звичайних прибуткових підприємств та бізнес-проектів. Соціальні підприємства в нашій країні здебільшого спрямовують свої зусилля на досягнення декількох цілей одночасно, проте найбільш активно соціальні підприємства працюють над працевлаштуванням соціально вразливих груп населення (61%) та генеруванням прибутку для підтримки діяльності організації (53%) (рис. 3.2) [18].



Рисунок 3.2. Види соціальних підприємств за соціальним призначенням\*

\*Сума перевищує 100%, оскільки соціальні підприємства можуть одночасно виконувати декілька соціальних функцій.

**Розподіл прибутку.** Обрана галузь діяльності та соціальне призначення соціального підприємства часто впливають на рішення щодо обрання форми розподілу прибутку. В Україні найпоширенішими є такі варіанти:

* Весь прибуток реінвестується в розширення підприємницької діяльності. Такий підхід притаманний соціальним підприємствам, які створено людьми із соціально вразливих категорій задля самодопомоги та працевлаштування, а також кооперативам, метою яких є підвищення якості життя громади.
* Частина прибутку реінвестується, частина йде на соціальні цілі. Такий розподіл характерний для соціальних підприємств, створених громадськими та благодійними організаціями. В цьому випадку частина прибутку, призначена для соціальних цілей, перераховується громадській/благодійній організації, що сприяє не лише розвитку комерційної складової, а й отриманню більшого соціального ефекту.
* Весь прибуток іде на досягнення соціального ефекту. Такий підхід використовують соціальні підприємства, здебільшого створені тандемом ГО-ФОП (ГО-ТОВ), коли ГО надає у користування ФОП (або приватному підприємству) певні засоби виробництва (приміщення) для комерційної діяльності, натомість весь прибуток повертається громадській організації. До цього типу належать майже всі благодійні магазини, які мають різні організаційно-правові форми і передають прибуток на соціальні проекти (свої чи інших організацій) [18].

**Організаційно-правові форми.** Існують різні типи організаційно-правових форм, на основі яких створюються соціальні підприємства: ГО, ФОП, ТОВ, сільськогосподарські кооперативи тощо. Найбільш поширеними організаційно правовими формами є ТОВ (25%) та ФОП (15%). 13% соціальних підприємств працюють у вигляді ГО, а ще 14% працюють тандемом ГО/ФОП чи ГО/ТОВ (рис. 3.3) [18].

****

Рисунок 3.3. Види СП за організаційно-правовою формою

**Розмір та тривалість функціонування.** Соціальні підприємства можна також поділити за критеріями тривалості їхнього існування та функціонування (рис. 3.4) та розміру (великі, середні і малі) (рис. 3.5) [18]. Здебільшого соціальні підприємства – це малі підприємства (в яких офіційно працевлаштовано до п’яти осіб), створені протягом останніх трьох років.



Рисунок 3.4. Види соціальних підприємств за тривалістю функціонування



Рисунок 3.5 Види соціальних підприємств за розміром

**Географічне розташування.** Найбільша кількість соціальних підприємств припадає на північні (43%), зокрема м. Київ (20%), і західні регіони країни (27%). Згідно з даними Каталогу [18], соціальних підприємств немає лише у Рівненській області (рис. 3.6).

В розрізі областей особливо виділяється «трійка лідерів»: Київська, Львівська і Полтавська області, на території яких, розташовані 41,9% всіх соціальних підприємств України. Частка Київської області складає 25,3%, на Львівську та Полтавську припадає 9,3% і 7,3% відповідно. Також до топ-10 за цим показником входять Донецька – 5,3%; Запорізька – 5,3%; Закарпатська – 5,3%; Харківська – 4,7%; Дніпропетровська – 4%; Черкаська – 4% та Чернігівська області – 3,3%.



Рисунок 3.6 Розташування соціальних підприємств у регіонах України

**3.3. Характеристика соціальних підприємств в Україні**

Сьогодні соціальне підприємництво в Україні розуміється як діяльність, що має на меті пом’якшення соціальних проблем на умовах самоокупності, інноваційності та стійкості [29] і включає пошук можливостей для реалізації нових ідей, заснування соціальних підприємств, які б вирішували соціальні проблеми, та розвиток їх мережі [32]. Проте, не всі соціальні підприємства ідентифікують себе як такі. І, незважаючи на те, що за приблизними оцінками експертів таких підприємств в Україні у 2016 році налічувалося близько 700 (з яких 290 були створені громадськими організаціями людей з інвалідністю), участь у дослідженні «Соціальне підприємництво в Україні», що проводилося у 2016 році Школою соціальної роботи Національного університету «Києво-Могилянська академія» за підтримки Pact Int. та Western NIS Enterprise Fund, взяли лише 73 соціальних підприємства [33].

Критеріями успішної діяльності соціальних підприємств в Україні експерти визначили три основні: (1) чітко сформульована соціальна місія; (2) наявність прибутку та його розподіл або самоокупність; (3) публічна звітність соціального підприємства про свою діяльність [33]. Деякі експерти додають до них достойну оплату праці персоналу, позитивну атмосферу в колективі, сприятливі умови праці, високу якість запропонованих товарів та послуг. Також, на думку деяких експертів, важливою є й особистість самого соціального підприємця, який має володіти лідерськими якостями та вміти генерувати інноваційні ідеї.

Наразі в Україні формується «нова хвиля соціальних підприємств», діяльність яких налічує від 1 до 10 років. На думку експертів, їх поява спричинена не лише складними соціально-політичними та економічними обставинами в країні, але й обумовлена ініціативами лідерів думок, які бажають впроваджувати комерційну діяльність соціального характеру. Цілком можливо, що поява таких лідерів – це продукт зросту самосвідомості суспільства, що могло бути спричинено суспільно-політичними подіями в Україні за останні 10 років.

Основними тенденціями розвитку соціального підприємництва в Україні є такі: більшість з них виникає у великих містах; територія поширення їх діяльності здебільшого охоплює локальний рівень або усю територію України; найпоширеніша організаційна форма – ФОП; переважають ті СП, чия тривалість діяльності складає від 1 до 3 років. Щодо кількості працівників, то майже в половині соціальних підприємств, що взяли участь у дослідженні, працює до 10 осіб. Колективи, що складають 50 і більше осіб, – у тих соціальних підприємствах, які мають на меті працевлаштування представників вразливих груп населення (зокрема, людей з інвалідністю, внутрішньо-переміщених осіб та учасників збройного конфлікту). Основними напрямами роботи є працевлаштування та підтримання діяльності організації. Значно менше тих соціальних підприємств, що мають на меті генерування прибутку для окремих груп населення та надання певних видів послуг [33].

Соціальна місія діючих СП України стосується двох основних напрямів: підтримка соціально вразливих груп населення та розвиток місцевих громад.

**Приклади СП за соціальною місією:**

* «Зменшити залежність людей від речей і стимулювати соціально відповідальне споживання» (Благодійна торгова платформа «Мурахи»).
* «Створення передумов для започаткування європейської свідомості наших громадян» («ЛавГав»).
* «Ми фінансуємо заклад для жінок в кризових ситуаціях і створюємо для них робочі місця» (Соціальна пекарня «Горіховий дім»).
* «Щоб у нашому магазині працювала людина з інвалідністю, щоб вона була зайнятою, щоб була потрібною» (Благодійний магазин «Доброслон») [18].

Свою місію СП висловлюють у різних документах, але переважно це їх статути. Досягнення місії СП відбувається різними способами. Найчастіше вони здійснюють продаж товарів власного виробництва та підтримують соціальні, культурні та/чи спортивні заходи, проекти, програми. Третім серед найбільш популярних способів є працевлаштування представників вразливих груп. Також здійснюється підтримка закладів/організацій для вразливих груп населення та продаж товарів не власного виробництва. Зміст діяльності СП охоплює найрізноманітніші галузі бізнесу, серед яких домінує швейне підприємництво та виробництво товарів хенд-мейд.

Переважна більшість СП має власний бізнес-план на строк від 1 до 3 років. Основним джерелом фінансування багатьох СП є кошти від власної комерційної діяльності.

За 2015 рік у більшості соціальних підприємств річні грошові обороти сягнули до 500 тис. грн. Найбільша частка прибутку витрачається на реінвестиції та оплату праці. Серед діючих систем оподаткування найчастіше застосованими є загальна система оподаткування, єдиний податок третьої групи та юридичні особи, які мають статус «неприбуткових організацій» [33].

Для того, щоб соціальне підприємство вважалося успішним, його діяльність має відображатися публічно. Зміст і структура звітності підприємства залежить від виду обліку, а також від інформаційних потреб користувачів. Відповідно, існує управлінська, фінансова, податкова та статистична види звітності. Але для СП важливою також є звітність про соціальну складову своєї діяльності.

Щодо звітування про комерційну складову діяльності, то, оскільки, в Україні немає закону про соціальні підприємства та відсутній окремо визначений їх юридичний статус, особливості звітності відрізняються залежно від форми реєстрації юридичної особи [14].

Найпоширенішим способом звітування щодо комерційної діяльності виявилися звіти у державну фіскальну службу, щодо соціальної складової діяльності – надання річного звіту тим, хто звертається за такою інформацією. Проте більшість СП не приділяють особливої уваги звітуванню щодо соціальної складової. Основними способами вимірювання впливу від своєї діяльності є наступні: кількість працевлаштованих, попит та кількість осіб, які отримали допомогу.

**Приклади соціальних підприємств в Україні**

**Львівська міська громадська організація «Туристсько-спортивний клуб «Манівці»**

**Заснування:** грудень 2003 року

**Організаційна форма діяльності:** громадська організація + ФОП

**Місія:** промоція активного туризму та здорового способу життя.

**Діяльність:** організація активного відпочинку та корпоративних заходів. Прибуток спрямовується на підтримку діяльності громадської організації: соціальні (будівництво спортивного залу у Львові, спортивної школи у с. Березина Миколаївського району Львівської області), спортивні (веслувальний слалом, водний туризм, дзюдо, скелелазіння та акробатика для дітей, молоді і дорослих), культурні заходи, свята та фестивалі (Фестиваль «Манівці» та «небу-ХАЙ!»), навчально-тренувальні збори і мандрівні дитячі табори [18].

**Кількість працівників:** 1 офіційно працевлаштована особа (ФОП), інші працівники та волонтери залучаються за необхідності - до 70-ми осіб.

**Товариство з обмеженою відповідальністю «Ноувейст Юкрейн»**

**Заснування:** влітку 2015 року було створено товариство з обмеженою відповідальністю, щоб продавати рішення для сортування і надавати бізнес-послугу, а наприкінці 2015 року була також зареєстрована Громадська організація «Україна без сміття».

**Організаційна форма діяльності:** ТОВ

**Місія:** «Ми прагнемо системних змін заради чистого та безпечного довкілля». Громадський проект «Україна без сміття» має на меті покращити стан навколишнього середовища, залучаючи громади до сортування сміття. Це зменшить навантаження на сміттєві полігони і сприятиме розвитку ринку переробки вторинної сировини в Україні.

**Діяльність:** «Майстер Добрих Справ» - мобільний пункт прийому вторинної сировини, який обслуговує містян та організації Києва. В рамках проекту також здійснюється продаж постерів та контейнерів для сортування цінного упаковування (пластик, метал, скло, папір). Кошти від продажу контейнерів та вторсировини спрямовуються на покриття адміністративних витрат (оренда, паливо, зарплатня та інше), решта - на підтримку освітніх та соціальних проектів: інтерактивні лекції в школах та дитсадках України, ініціативних груп ОСББ, впровадження екологічного аудиту, просування проекту «Кришка Project» (перетворення небезпечного пластику на корисні навчальні посібники для уроків природознавства) [18].

**Кількість працівників:** 3 офіційно, ще 4-6 залучено за необхідності, волонтери для участі в акціях та фестах.

**Соціальне підприємство «Барвиста»**

**Заснування:** жовтень 2015 року

**Організаційна форма діяльності:** унітарне комерційне підприємство, засновником та власником є Громадська організація «Жіночий інформаційно-

консультативний центр».

**Місія:** досягнення соціальних результатів, зокрема, надання соціальних послуг, підтримка соціально-вразливих груп населення та створення додаткових робочих місць.

**Діяльність, яку виконує організація:**

* проведення діяльності орієнтованої на соціальний, юридичний захист та соціальну адаптацію громадян України, які перебувають у складних життєвих обставинах, в тому числі осіб, що потерпіли від насилля та торгівлі людьми, через створення робочих місць на швейному підприємстві;
* виробництво текстильних виробів, одягу та ремонт одягу;
* художня та машинна вишивка на текстильних виробах та одязі;
* відкриття магазинів для реалізації власних швейних виробів;
* фінансова підтримка статутної діяльності ГО ЖІКЦ [18].

**Кількість працівників:** 4 штатних працівниці, додатково до 4 працівників залучають на тимчасові роботи в залежності від обсягів та строків виконання замовлень.

**Центр реабілітаційної медицини, психологічної та соціальної допомоги Благодійний фонд «ВАМ»**

**Заснування:** січень 2014 року

**Організаційна форма діяльності:** благодійна організація

**Місія:** профілактика та призупинення негативних проявів шляхом впровадження комплексної програми медико-психологічної, правової та соціальної допомоги населенню м. Черкаси та області.

**Девіз:** «Покращимо долю України - допоможемо собі».

**Діяльність:** надання якісних та доступних послуг, у тому числі дослідження організму на клітинному рівні на наявність функціональних змін, розробка індивідуальних реабілітаційних (відновних) та профілактично-оздоровчих програм спеціалістами вищої кваліфікованої категорії (спеціаліста з відновної медицини, психолога, психотерапевта, нарколога та інших); інформування про збереження фізичного та психологічного здоров’я населення, особливо серед дітей та молоді; пропагування здорового способу життя, гендерної рівності та відносин без насильства. Центр проводить пільгові та приватні прийоми і консультації, а також семінари, тренінги і групові заняття (безкоштовні - при наявності грантового чи спонсорського фінансування). Кошти, отримані від надання платних послуг в Центрі, спрямовуються на забезпечення пільгового чи безоплатного обслуговування вразливих груп населення та діяльності благодійної організації [18].

**Кількість працівників:** 5 офіційних працівників, інші на волонтерських засадах (близько 7-ми).

**Благодійна крамниця «Шафа добра»**

**Заснування:** січень 2014 року

**Організаційна форма діяльності:** ФОП

**Місія:** повернення невикористаної цінності речей суспільству через перерозподіл для допомоги нужденним, переробку у нові товари.

**Діяльність:** крамниця приймає безоплатно речі (одяг, взуття, прикраси, негабаритну техніку, сумки, книги), які більше не потрібні господарям. Отримані речі сортуються: 90% розподіляють між міськими благодійними та соціальними організаціями або проводять благодійний ярмарок в маленьких селищах Харківської області. А решту 10% продають у магазині за демократичними цінами. Отримані кошти спрямовують на фінансову підтримку благодійних програм БФ «Харківський центр допомоги вагітним» [18].

**Кількість працівників:** 3 співробітники в магазині, волонтери.

**Об’єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів «Чернігівщина екологічна»**

**Заснування:** грудень 2014 року

**Організаційна форма діяльності:** обслуговуючий кооператив

**Місія:** сприяння покращенню добробуту громадян та пом’якшенню зміни клімату за допомогою відновлення земель на осушених торфовищах та

створення кооперативів.

**Діяльність:** збір та переробка молока, виробництво паливних брикетів з деревини та деревної стружки, відновлення деградованих сільськогосподарських торфовищ з метою зменшення викидів вуглецю та збереження біорізноманіття [18].

**Кількість працівників:** 15

**3.4. Можливості та обмеження розвитку соціального підприємництва**

**Законодавчі можливості та обмеження.** Однією з головних перешкод у створенні та функціонуванні соціальних підприємств є недосконалість законодавчої бази, зокрема відсутність окремої організаційно-правової форми, визначеної для діяльності соціальних підприємств, що унеможливлює їх державну підтримку (окрім підприємств, заснованих громадськими організаціями осіб з інвалідністю), викликає непорозуміння з фіскальними органами, які не готові визнавати діяльність соціальних підприємств на базі громадських об’єднань і благодійних організацій. Але з іншого боку, українське законодавствонадає достатні можливості громадським та благодійним організаціям створювати підприємства задля досягнення їхніх статутних цілей, а така невизначеність щодо організаційно-правової форми, навпаки, дає змогу соціальним підприємцям обирати з широкого спектру ту форму, яка буде для них найбільш вигідною.

**Доступ до фінансування.** Проблемним моментом залишається доступ до фінансів, необхіднихдля створення та розвитку соціальних підприємств. З одного боку, ринок досить насичений донорськими коштами, які спрямовуються на розвиток соціального підприємництва. Але на практиці обсяг такої допомоги для окремого підприємця чи підприємства може становити від 500 до 10 000 євро [33], що не є достатнім капіталовкладенням для створення стійкого бізнесу. Також донори дуже часто обмежуються фінансуванням лише стартапу, а на подальший розвиток коштів уже не виділяють. До того ж, грантові кошти зазвичай мають певні обмеження у використанні та не відповідають реальним і часто непередбачуваним потребам підприємців щодо розвитку бізнесу.

З іншого боку, українські соціальні підприємці мають обмежений доступ до кредитування, інвестування та коштів приватних компаній. Це може бути пов’язано з побоюванням соціальних підприємців щодо отримання кредитів, невмінням працювати з інвестиціями, звичкою працювати з грантами, незнанням інвестиційної сфери та неможливістю знаходити контакти для співпраці в бізнес-середовищі. Представники соціальних підприємств, які є вихідцями з громадського сектору, часто протиставляють себе бізнес-спільноті та не готові налагоджувати зв’язки з представниками українських та іноземних бізнесів, що не сприяє їх інтеграції в більш широку екосистему.

Але вже сьогодні в Україні є приклади того, що кредити та інвестиції стають ефективним механізмом забезпечення зростання соціальних підприємств, і все більше підприємців замислюються про таку можливість.

**Брак навичок та людського капіталу.** Незважаючи на доступну експертизу, знання, технології, інновації, які пропонують різні міжнародні донорські організацій, інкубатори та акселератори, керівники соціальних підприємств не завжди готові поглиблювати свої знання з основ бізнесу, маркетингу, менеджменту, фінансів, що призводить до неможливості ефективно розвивати їхній бізнес. Більшість із них зізнаються, що не мають стратегій розвитку, фінансового та маркетингового планів [10].

Не лише соціальні підприємці, а й організації, що надають фінансування, представники інкубаційних програм повідомляють про відсутність сильних команд у соціальних підприємств і про неготовність керівників працювати над створенням таких команд через навчання, менторську та експертну підтримку. Це часто пов’язано з тим, що соціальні підприємці здебільшого фокусуються на соціальній складовій, а не на бізнесі, тому випускають з поля зору важливість посилення саме бізнес-навичок власної команди.

**Подальший розвиток соціального підприємництва.** Попри цілу низку складних моментів, слід відзначити, що протягом останніх років в Україні набирають обертів потужні позитивні тренди: посилюється інституційна спроможність організацій громадянського суспільства, з’являються нові громадські ініціативи, а близькі за цінностями бізнеси консолідуються навколо тем сталого розвитку та соціальної відповідальності. Кількість прикладів успішних соціальних підприємств зростає. Ці підприємства не лише отримують прибуток, а й сприяють вирішенню соціальних та екологічних проблем, мають значний соціальний вплив на розвиток громад і суспільства. Серед іншого, саме успішні соціальні підприємства змінюють ставлення до цієї сфери, спонукають усе більшу кількість людей долучатися до підтримки соціальних підприємств і навіть їх створювати.

Найважливішими факторами, які сприяють розвитку соціального підприємництва в Україні, є фінансування, пільгові кредити та кваліфіковані кадри. Аналогічно до ситуації з труднощами, перелік факторів розвитку також є досить широким і його можна звести до соціальних та матеріальних факторів. Якщо серед соціальних домінують кваліфіковані кадри, професійний досвід та практики співпраці з державними та бізнес структурами, то серед матеріальних є не лише пошук фінансування та грантів, нестача яких не дозволяє орендувати приміщення, закуповувати обладнання та розширяти бізнес, але й елементарна можливість отримати пільгові кредити.

Керівник програми соціального інвестування «Вестерн Ен-Ай-Ес Ентерпрайз Фонд» Василь Назарук називає 5 можливостей для подальшого розвитку соціального підприємництва в Україні [6]:

* відсутність закону, що регулює соціальне підприємництво;
* наявність ресурсів, які не задіяні (не цікаві) традиційному бізнесу;
* великий бізнес завжди зацікавлений в аутсортингу;
* лояльність споживачів до продукції соціальних підприємств зростає;
* соціальне підприємництво підтримується міжнародними фондами й організаціями.

**ВИСНОВКИ**

Проведене дослідження дозволило сформулювати наступні висновки:

1. Соціальне підприємництво – підприємницька діяльність, одним з головних завдань якої є вирішення певних соціальних проблем. Глобальною метою соціальних підприємств є суттєві позитивні зміни в суспільстві. В той час, коли звичайний бізнесмен спрямував свої зусилля на збільшення прибутку, соціальні підприємці працюють на зростання соціального капіталу. До основних проблем, які вирішує соціальне підприємництво, належить бідність, залучення людей з обмеженими можливостями до виробництва, соціальний захист тощо.
2. Суперечки між вченими різних країн щодо критеріїв, які дають можливість підприємству називатись соціальним, тривають вже досить тривалий час. Але якщо намагатися уніфікувати це поняття, то можна виділити єдиний критерій, яким послуговуються всі – це соціальний ефект, який можна виміряти. Саме тому, незважаючи на всі розбіжності в трактуванні поняття соціального підприємництва, мета цієї діяльності одна – це допомога суспільству.
3. На сьогодні соціальне підприємництво є визнаним у світі специфічним видом підприємництва, що спрямоване на створення соціальних та економічних благ. Незважаючи на свій молодий вік (приблизно 20-25 років), воно набуло значного поширення у світі і зайняло гідне місце у переліку з такими загальновизнаними трендовими напрямками розвитку підприємництва, як корпоративна соціальна відповідальність, благодійність, венчурна філантропія. Саме за допомогою соціальних підприємств намагаються вирішувати проблеми у тих секторах суспільства і економіки, які не охоплені державою або іншими підприємствами та на які не звертається достатня увага через відсутність коштів, знань, навичок чи безперспективність отримання значних економічних вигод.
4. Огляд механізмів реалізації соціального підприємництва в різних країнах світу доводить життєздатність та життєву необхідність такого виду підприємництва та його спроможність вирішувати соціальні проблеми суспільства, що допомагає побудувати «місток» між соціальною та економічною сферою життя людей, збалансувати інтереси різних соціальних верств суспільства та задовольнити існуючі потреби.
5. У незалежній Україні соціальне підприємництво почало розвиватись з 2000-х рр. за підтримки міжнародних організацій. Відповідно до «Каталогу соціальних підприємств України», 67% нині існуючих українських соціальних підприємств було створено після 2013 року. Такий стан справ легко пояснюється скрутною економічною, військовою й політичною ситуацією в країні, і як наслідок, неможливістю держави забезпечити задоволення потреб уразливих груп населення. Соціальне підприємництво ж зарекомендувало себе як дієвий механізм вирішення суспільних проблем.
6. Соціальне підприємництво в Україні й досі знаходиться на етапі свого становлення, що обумовлено рядом об’єктивних чинників. Проте, вже зараз його вплив на розвиток соціальної сфери нашої держави важко недооцінити. Це, відносно нове явище в нашому економічному просторі, стає модним трендом, оскільки привертає увагу громадських організацій, ініціативних груп чи просто активних громадян.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Аларичева М. Социальное предпринимательство: опыт Польши. URL: http://www.cogita.ru/analitka/konkurs-grazhdanskoe-obschestvo-i-reshenie-socialnyh-problem-v-evrope/marina-alaricheva-socialnoe-predprinimatelstvo-opyt-polshi (дата звернення: 22.09.2018).
2. Арапетян А. Чисті прибутки соціального підприємництва. Практика Управління. - 2008. - №7. - URL: http://lvbs.com.ua/ exch/file/Social%20enterprises.pdf (дата звернення: 12.05.2018).
3. Благов Ю. Социальное предпринимательство: проблемы типологии / Ю.Благов, Ю.Арай // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. - 2010. - Вып. 3 - C. 109-114. - URL: http://www.vestnikmanagement. spbu.ru/archive/pdf/479.pdf (дата звернення: 19.11.2018).
4. Борнштейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей. Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2012. - 499 с.
5. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики: монографія / 4-те вид., стер. - К.: Знання, 2008. - 302 с.
6. Василь Назарук. 5 великих можливостей для розвитку соціального підприємництва в Україні. URL: http://www.socialbusiness.in.ua/ index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpryiemnytstvo (дата звернення: 05.12.2017).
7. Волосковець Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2010. - Вип. 17. - С. 125-130.
8. Державна політика розвитку підприємництва в Україні: навч. посібник / З.С. Варналій, К.О. Ващенко, В.М. Кампо та ін.; за заг. ред. К. О. Ващенка; Міжрегіональна Акад. упр. персоналом. - К.: Персонал, 2010. - 305 с.
9. Джанель А. Керлин. Социальные предприятия в США и Европе: Понять различия и извлечь из них уроки // Международное сообщество исследований третьего сектора и Университет Джона Хопкинса. URL: http://www.nb-forum.ru/userfiles/file.pdf (дата звернення: 30.08.2018).
10. Екосистема соціального Підприємництва в Україні: виклики та можливості. URL: http://pactukraine.org.ua/sites/default/files/2018-06/APEA\_REPORT\_ukr.pdf (дата звернення: 11.10.2018).
11. Закон України «Про благодійну діяльність та благодійні організації»: за станом на 26.09.2014 р. / Верховна Рада України - URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5073-17 (дата звернення: 22.09.2018).
12. Закон України «Про волонтерську діяльність»: за станом на 01.04.2015 р. / Верховна Рада України - URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3236-17 (дата звернення: 22.09.2018).
13. Закон України «Про громадські об’єднання»: за станом на 26.05.2015 р. / Верховна Рада України - URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4572-17 (дата звернення: 22.09.2018).
14. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003 № 755-IV (редакція від 01.01.2017). URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15 (дата звернення: 22.09.2018).
15. Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» від 21.03.1991 № 875-XII / Верховна Рада України - URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/875-12 (дата звернення: 22.09.2018).
16. Ініціативу соціального бізнесу (The Social Business Initiative (SBI)) було започатковано Європейською комісією у 2011 р. Одним із напрямів діяльності, спрямованої на підтримку зростання соціального підприємництва, є оптимізація правового середовища. URL: http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises\_en (дата звернення: 23.03.2018).
17. Как британское правительство развивает социальное предпринимательство? URL: http://by.odboffice.eu/ekspertyza\_/sacyjalnajepr dprymalnictva/kak-britanskoe-pravitelstvo-razvivaet-socialnoe-predprinimatelstvo (дата звернення: 01.09.2018).
18. Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. URL: http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidpryiemstva/katalog (дата звернення: 30.10.2017).
19. Катерина Смаглій. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? URL: http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpryiemnytstvo (дата звернення: 15.07.2018).
20. Лебедева И. С. Концепция социального предпринимательства в контексте современной российской действительности // Вестник Томского государственного университета. − № 344. – 2011. – С. 62−64.
21. Менеджмент: підручник / В.Г. Федоренко, О.Ф. Іткін, В.І. Анін та ін. ; за наук. ред. В. Г. Федоренка ; М-во освіти і науки України. - К.: Алерта, 2008. - 652 с.
22. Новиков М.Л. Социальные предприятия как инструмент решения проблемы трудовой занятости людей с инвалидностью: международный опыт и российские практики. - М.: Агентство социальной информации, 2008. - С.385-406.
23. Основи виробничого підприємництва: навч. посіб. / О.А. Підлісна, В.В. Янковий, М.П. Дорошенко та ін.; за ред.: О.А. Підлісної та В.В. Янкового. - Київ: НТУУ «КПІ», 2010. — 272 с.
24. Основи підприємництва: теорія і практикум: навч. посіб. / В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, А. Г. Желябін, М. А. Ажажа. - Львів: Магнолія - 2006, 2009. - 454 с.
25. Проект Закону «Про соціальні підприємства» № 2710 від 23.04.2015 р. / Верховна Рада України - URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/ zweb2/webproc4\_1?pf3511=54903 (дата звернення: 22.09.2018).
26. Рубцов В. П. Державне управління та державні установи: Навч. посіб. Для дистанційного навчання / В. П. Рубцов, Н. І. Перинська; За ред. д-ра соціол. наук, проф. Ю. П. Сурміна. - К.: Університет «Україна», 2008. - 440 с.
27. Сафаров С. М. Основы социального предпринимательства - Иваново: Издательство «Роща», 2014. - 295 с.
28. Скібіцький О.М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності: навч. посібник / О.М. Скібіцький, В.В. Матвєєв, Л.І. Скібіцька; М-во освіти і науки України. - К.: Кондор, 2011. — 911 с.
29. Смаглій К. Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. - Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2014. - 207 с.
30. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А. А. Московская; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. - 284 с.
31. 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 – с. 12-23.
32. Соціальне підприємництво в Україні. URL: http://www.socialbusiness.in.ua (дата звернення: 21.04.2018).
33. Соціальне підприємництво в Україні: звіт за результатами дослідження / Наталія Гусак, Вікторія Кузнєцова, Тетяна Стеценко. - К.: Pact, Inc., Western NIS Enterprise Fund, Школа соціальної роботи НаУКМА, ГО «Молодіжний центр з трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ ХХІ» 2016. - 45 с.
34. Спреклі, Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. URL: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik\_z\_planuvannya\_socialnogo\_pidpriiemstva.pdf (дата звернення: 13.11.2018).
35. Шадрин А.Е. О государственной поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций URL: http://economy.gov.ru/wps/wcm/ connect/2e614b80496877c5b7f9b75f9eae86bc/presentation\_shadrin.ppt?MOD=AJPERES (дата звернення: 29.10.2018).
36. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: Germany.URL:http://ec.europa.eu/social/keyDocuments.jsp?advSearchKey=socentcntryrepts&mode=advancedSubmit&langI&langId=en (дата звернення: 18.09.2018).
37. Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know? – Oxford University Press. Kindle Edition, 2010. – p. 6.
38. Borzaga C. The Concept and Practice of Social Enterprise. Lessons from the Italian Experience / International Review of Social Research. - 2012. - Volume 2. - Issue 2. - pp. 85-105.
39. Braunerhjelm P. Social entrepreneurship - a survey of current research. URL: http://entreprenorskapsforum.se/wpcontent/uploads/2013/03/WP\_09.pdf (дата звернення: 31.10.2018).
40. Defourny J. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences / Journal of Social Entrepreneurship. - 2010. - Vol.1 - No. 1 - pp. 32 - 53.
41. Doeringer M. Fostering social enterprise: a historical and international analysis / Duke Journal of Comparative & International Law. - 2010. - Vol. 20. - No.2. - pp. 291-329
42. Jason Haber. The business of good. Social entrepreneurship and the new bottom line. – Entrepreneur Press, 2016. – С. 12.
43. Leadbeater C. Social enterprise and social innovation: Strategies for the next ten years. URL: http://www.peopleproject.eu/wiki/PEOPLE%20WIKIS/ socialentrepreneurship/mainSpace/files/Social%20enterprise%20and%20social%20innovation.pdf (дата звернення: 25.09.2018).
44. Maretich М. Social enterprise: from definitions to developments in practice - London: Alliance Publishing Trust, 2010. - 42 р.
45. Martin R., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition // Stanford Social Innovation Review, Spring, 2007. – p. 34–35.
46. Nyssens M. Social Enterprisesat the crossroads of Market, Public Policies and Civil Society URL: http://katarsis.ncl.ac.uk/ws/ws3/Presentations/ WP1socialenterprisenyssens.pdf (дата звернення: 08.09.2018).
47. Ruth Shapiro. What Exactly Is Social Entrepreneurship in America? // Stanford Social Innovation Review. URL: http://ssir.org/articles/entry/ what\_exactly\_is\_social\_entrepreneurship\_in\_america (дата звернення: 02.03.2018).
48. Social Enterprise and the Third Sector: Changing European Landscapes in a Comparative Perspective / J. Defourny, L. Hulgård, V. Pestoff - Routledge, 2014 - 280 р.
49. Social Enterprise: An Organizational Perspective / B. Gidron, Y. Hasenfeld -Palgrave Macmillan, 2012 - 280 p.
50. Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth. URL: http://www.bwbllp.com/knowledge/2015/10/21/ocial-enterprise-in-europe-developing-legal-systems-which-support-social-enterprise-growth (дата звернення: 11.11.2018)
51. Social Enterprise Typology / K. Alter. - Virtue Ventures LLC, 2007 - 133 p.
52. Villeneuve-Smith F., Temple N. The State of Social Enterprise Report 2015. URL: http://www.socialenterprise.org.uk/advice-services/publications/state-social-enterprise-report-2015 (дата звернення: 21.11.2018).
53. Wolf M. The State of Social Entrepreneurship in Germany. SEFORÏS Country Report. URL: https://static1.squarespace.com/static/56d2eebbb654f9329d dbd20e/t/5773e6699f7456f692f91e87/1467213419285/Country\_Report\_Germany.pdf (дата звернення: 16.09.2018).
54. Zimmer А. Social Enterprise, Social Innovation and Social Entrepreneurship in Germany: A National Report URL: http://www.fp7-efeseiis.eu/national-report-germany (дата звернення: 12.06.2018).
55. Zimmer А. The Development of Social Entrepreneurs in Germany. URL: https://www.unimuenster.de/imperia/md/content/ifpol/mitarbeiter/zimmer/developement\_of\_social\_entrepreneurs.pdf (дата звернення: 12.06.2018).