

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА І ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Коваль О. П., *центр економічних і соціальних досліджень НІСД*

Війна стала значним викликом для соціальної сфери України. Адаптація соціальної політики до нових воєнних реалій неможлива без урахування змін у номенклатурі та структурі соціально вразливих категорій населення. Зокрема, станом на вересень 2023 р. в Україні налічувалося 3 млн людей з інвалідністю, і за півтора року їх кількість збільшилася приблизно на 300 тис.¹. Чисельність людей, які після стабілізації стану та лікування потребують реабілітації, збільшується чи не щодня, тому повернення постраждалих до повноцінного активного життя – один з головних пріоритетів держави.

Упровадження заходів сучасної соціальної політики в Україні зазвичай обмежується класично-статистським² підходом, який передбачає безпосередню організаційну і фінансову участь держави у вирішенні соціальних завдань. Натомість громадська ініціатива, приватна підприємницька активність позбавлені можливості розкрити свій потенціал у соціальній сфері повною мірою. Як наслідок – законодавчо визначені заходи і засоби розв'язання соціальних проблем є недостатньо ефективними, що викликає соціальну напруженість у суспільстві.

Отже, в Україні нагально необхідним стає розвиток суспільної діяльності, спрямованої на підтримку соціальної сфери, зокрема ринку праці та вразливих верств населення. Один із прикладів такої діяльності у міжнародній практиці – соціальне підприємництво.

Соціальне підприємство можна визначити як *бізнес, спрямований насамперед на соціальні цілі, прибутки якого використовуються переважно на саморозвиток, громадські справи чи розв'язання соціальних проблем*. Соціальне підприємництво є неоднозначним явищем, його теоретичні засади сформовано ще не повною мірою. Зокрема, досі немає єдиного уявлення про сутність такого виду підприємництва, не зафіксовано його визначення, не розроблено критерії віднесення того чи іншого підприємства до категорії «соціальне». Зазначене

¹ В Україні налічується 3 мільйони людей з інвалідністю – Жолнович. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3763345-v-ukraini-nalichuetsa-3-miljoni-ludej-z-invalidnistu-zolnovic.html>

² Етатизм – ринкова економіка з великим обсягом втручання, регулювання та впливу держави на всі сфери суспільного та приватного життя.

ускладнює розробку державної політики розвитку та підтримки соціального підприємництва.

Аналіз літератури, присвяченої становленню та розвитку соціального підприємництва, дає можливість окреслити його основні характеристики:

- факт суспільної корисності та підприємницька поведінка, спрямована на досягнення суспільно значущих цілей або на користь соціально незахищених груп населення;
- одночасне досягнення фінансових та суспільно значущих цілей (гібридні підприємства), поєднання суспільних та приватних економічних інтересів;
- самоокупність і здатність генерувати прибуток, який підприємство використовує для реалізації власних цілей;
- виконання функцій агентів соціальних змін, які відіграють важливу роль у прискоренні змін суспільного порядку денного та сприйнятті певних соціальних питань;
- генерація новаторських ідей, спрямованих на вирішення суспільних проблем за допомогою підприємницьких методів;
- вирішення проблем, що виникають через провали ринку, які не в змозі вирішити держава.

За даними Європейської Комісії, наразі в Європі існує 2 млн соціальних підприємств (10 % від усього європейського бізнесу), на яких працюють понад 11 млн співробітників (6 % працюючих осіб у регіоні). Основними організаційно-правовими формами соціальних підприємств у європейських країнах є *кооперативи* (зокрема, у Португалії – «кооперативи соціальної солідарності», у Франції – «соціальні кооперативи колективної власності», в Італії – «соціальні кооперативи», в Іспанії – «кооперативи соціальних ініціатив» тощо) або *компанії* (наприклад, у Великобританії – «компанії, що працюють в інтересах громади», у Бельгії – «компанії соціальної мети»).

Загалом Європейська Комісія виділяє чотири основні сфери, в яких працюють

соціальні підприємства:

- *робоча інтеграція* – навчання та інтеграція людей з обмеженими можливостями та безробітних;
- *надання особистих соціальних послуг* – здоров'я, добробут, медична допомога та послуги, професійне навчання, освіта, догляд за дітьми, допомога особам похилого віку та малозабезпеченим;
- *місцевий розвиток територій, що знаходяться в неблагополучних районах* – соціальні підприємства у віддалених сільських районах, схеми розвитку / реабілітації мікрорайонів у міських районах, допомога в розвитку та співпраця з третіми країнами;

- *інше*, зокрема переробка сільськогосподарської продукції, захист навколишнього середовища, спорт, мистецтво, культура, збереження історичних пам'яток, наука, дослідження та інновації, захист прав споживачів та любителів спорту.

Європейські соціальні підприємства мають регіональні особливості та *чітку соціальну мету*, на яку спрямовується значна частка власних прибутків. Наприклад, більшість німецьких соціальних підприємств вирішують проблеми незахищених верств населення: мігрантів, біженців, безробітної молоді та людей з інвалідністю. Міжнародна платформа «Кірон» («Kiron») дає змогу біженцям здобути освіту і кваліфікацію дистанційно – у будь-якому місці та в будь-який час. Також уже понад 20 років у Німеччині діє організація «Social Impact», яка підтримує і консультує соціальні підприємства, позиціонуючи себе як «агентство соціальних інновацій».

У 2011 р. агенція «Social Impact» запровадила інкубаційну програму «Social Impact Labs», що стала платформою для соціальних підприємців та фрілансерів. Соціальних підприємців кредитують федеральні банки, в них інвестують венчурні фонди, набувають популярності краудфандинг і групові інвестиції. Як результат, у Німеччині нараховується близько 100 тис. соціальних підприємств, на яких зайнято понад 2,5 млн працівників, що утричі більше, ніж, наприклад, працівників у галузі виробництва авто, де працює 750 тис. робітників.

Лідером європейського регіону в розвитку соціального підприємництва вважається Сполучене Королівство, де перше соціальне підприємство з'явилося ще у 1844 р., а нині налічується близько 70 тис. соціальних підприємств, що забезпечують працею майже 2 млн осіб (3 % населення). Кожне п'яте соціальне підприємство має річний обіг понад 1 млн фунтів стерлінгів, а сумарний внесок в економіку становить майже 9 % ВВП країни. Соціальні підприємства залучені до кожного сектора економіки країни: будівництва, транспорту, переробки відходів, торгівлі, громадського харчування, зеленої енергетики та навіть театру. За підсумками 2017 р., 68 % соціальних підприємств країни підтримували вразливі категорії населення, 44 % – працевлаштовували таких людей, 28 % – працювали у найбільш депресивних районах країни.

Цікавим з точки зору соціального підприємництва є досвід Ізраїлю, де такий бізнес підтримує соціально вразливі категорії населення у спосіб їх навчання, реабілітації, працевлаштування, організації корисного та активного відпочинку. Наприклад, на підприємстві «Nameshaket» (на 50 % належить державі) 95 % працівників є особами з інвалідністю, а підприємство не лише сприяє працевлаштуванню, але й виконує місію соціалізації та реабілітації людей з інвалідністю. «Nameshaket» отримує державні дотації, обсяг яких напряму залежить від кількості працівників. За ізраїльськими законами, підприємство, на якому працюють люди з інвалідністю, отримує гарантовані державні замовлення,

а також звільняється від сплати міського податку.

Щодо джерел фінансування соціальних підприємств, то досвід розвинених країн свідчить, що власний прибуток залишається найважливішим джерелом фінансування у 54,28 % підприємств. На другому місці – гранти – 27,11 %; далі – пожертви – 5,96 % та інвестиції – 4,61 %. При цьому розподіл джерел фінансування суттєво відрізняється по країнах. Так, фінансування за рахунок власних надходжень коливається від 74,5 % в Іспанії до 28,5 % у Румунії. Частка грантів коливається від 36,2 % у Швеції до 18,9 % у Китаї; інвестицій – від 21 % у Китаї до 0,6 % в Іспанії; пожертвувань – від 12,1 % у Румунії до 1,7 % в Угорщині. У дослідженні, проведеному 2015 р. Європейською Комісією, зазначено, що значні обсяги соціальних послуг фінансуються державним сектором. Наприклад, приблизно 45 % соціальних підприємств в Італії підтримуються державними фондами і є їх основними клієнтами.

Близько 52 % соціальних підприємств Сполученого Королівства отримують доходи від державного сектора поряд із іншими різноманітними варіантами фінансування: гранти, соціальні інвестиції, позики, облігації (Social Impact Bonds), інвестиції в акціонерний капітал, краудфандинг та кошти від національної лотереї. У 2014 р. уведено податкові пільги для соціальних інвесторів, зменшуючи податок на прибуток на 30 % для тих, хто інвестує у соціальні підприємства.

Цікавим для України може стати досвід Сполученого Королівства щодо створення спеціального державного органу або служби, що опікується розвитком соціального підприємництва. У Сполученому Королівстві у 2001 р. створено спеціальний підрозділ з питань соціального підприємництва (Social Enterprise Unit) при Департаменті торгівлі й промисловості та призначено молодшого міністра, відповідального за соціальне підприємництво. У травні 2006 р. при британському уряді створено Департамент третього сектора (The Office of the Third Sector – OTS), який тісно пов'язаний з урядовими відомствами, регіональними та місцевими адміністраціями й повинен активно сприяти організаціям і підприємствам третього сектора.

З огляду на викладене, окреслимо, які підприємства не є соціальними.

1. Будь-який бізнес, що *декларує корпоративну соціальну відповідальність* (КСВ). Такі компанії мають на меті отримання прибутку як такого, а сама КСВ є їх добровільним зобов'язанням та має другорядний характер. *Діяльність соціального ж підприємства спрямовується на вирішення соціальної проблеми за допомогою отриманого прибутку.*

2. *Бізнес у соціальній сфері.* Існує хибне уявлення, що компанії, які заробляють на соціальних послугах, є соціальними підприємствами. Наприклад, приватні медичні центри і клініки; приватні дошкільні (дитячі садочки) та освітні заклади; приватні пансіонати для літніх людей; приватні соціальні служби. Проте такі підприємства не є соціальними, оскільки ані соціальної мети, ані, тим більше,

чіткого розподілу прибутку у них немає. Соціальний складник такі компанії, швидше, експлуатують для отримання комерційної вигоди для себе чи акціонерів.

3. *Надання платних соціальних послуг організаціями різних форм власності.* Державні соціальні служби можуть запроваджувати платні соціальні послуги, які плутають із соціальними підприємствами, оскільки такі послуги мають соціальну мету та комерційний складник. Однак насправді вони не відповідають критеріям соціального підприємництва³.

Соціальне підприємництво займає проміжне становище між приватним сектором економіки та третім сектором (організаціями громадянського суспільства), оскільки їх поєднує. З одного боку, соціальне підприємництво має на меті вирішення соціальних проблем, а з іншого – самостійно отримує прибуток для свого функціонування переважно за рахунок інноваційної організації своєї основної діяльності. Фінансова самодостатність для таких підприємств так само важлива, як і соціальна місія. Вони самоокупні, не залежать ані від урядових грантів, ані від пожертв, як некомерційні організації. Водночас, хоча прибутковість і є їхньою метою, але не основною.

Соціальне підприємництво, таким чином, становить реальну конкуренцію звичайному підприємництву, живе за законами ринку та прагне підвищувати свою продуктивність праці та ефективність загалом. Соціальні підприємства пропонують нові рішення соціальних проблем, що виходять за межі звичайної філантропії чи державної соціальної політики.

Узагальнивши існуючі в Україні підходи, визначимо три групи критеріїв, за якими той чи інший бізнес можна віднести до категорії соціального.

1. Визначений відсоток прибутку підприємства спрямовується на соціальну мету, тобто на підтримку діяльності громадської організації, благодійного фонду, проведення соціального проекту тощо.

2. Визначений відсоток працевлаштованих людей на підприємстві належить до вразливих груп населення (люди з інвалідністю, внутрішньо переміщені особи, ветерани, одинокі матері тощо).

3. Продукт чи послуга підприємства створює соціальну цінність, яку можна виміряти, наприклад, послуги, що сприяють боротьбі з корупцією або продукція, що позитивно впливає на екологію⁴.

Соціальне підприємництво в Україні має свою, хоча й коротку, історію. Соціальні підприємства в нашій країні існують та здебільшого спрямовують свої зусилля на досягнення кількох цілей. Найбільш активно такі підприємства працюють над працевлаштуванням соціально вразливих груп населення (61 %); генеруванням прибутку для: підтримки діяльності організації (53 %), надання

³ Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.

⁴ Там само.

послуг певним групам населення (40 %), фінансування певних видів послуг (27 %). Вирішенням екологічних проблем, захистом довкілля опікується 3 % соціальних підприємств, 7 % – займаються іншими видами діяльності⁵.

Соціальні підприємства в Україні функціонують у рамках загального правового поля, тоді як спеціальне законодавство щодо цього виду діяльності відсутнє, що стримує його розвиток. В Україні досі немає закону, який би офіційно закріпив визначення «соціальне підприємництво», при тому, що такий термін час від часу з'являється в державних і регіональних програмах розвитку⁶. Водночас спеціальне законодавство, що регулює сферу соціального підприємництва, існує у багатьох країнах Європи, зокрема, у Бельгії, Іспанії, Італії, Польщі, Португалії, Сполученому Королівстві, Фінляндії, Франції тощо.

Також, у ВРУ зареєстровано законопроект «Про ветеранське підприємство» (реєстр. № 10258). Виходячи з контексту документа, ветеранське підприємство в задумі законотворців певним чином можна вважати різновидом соціального підприємства.

Розвиток соціального підприємництва повною мірою відповідає стратегічним пріоритетам України. Більше того, соціальне підприємництво надає можливість вирішувати частину соціальних проблем з мінімальною участю держави та без витрати значних бюджетних коштів. Найбільшою мотивацією соціальних підприємців до реалізації такої діяльності є їхні власні переконання та цінності, власний життєвий досвід та соціальна відповідальність. Правове закріплення могло б стати ключовим моментом у розвитку соціального підприємництва. Соціальне підприємництво сприяє суспільній консолідації, стабільності і сталому розвитку демократичних процесів в Україні⁷. Отже, потрібно розробити та прийняти закон України про соціальне підприємництво, що має стати механізмом системної соціальної взаємодії держави, бізнесу та громадян.

Також з метою ґрунтовного аналізу та ефективного супроводу розвитку соціального підприємництва доцільно розглянути можливість створення національного фонду підтримки соціального підприємництва та відповідного центру науково-методичного забезпечення.

⁵ Екосистема соціального підприємництва в Україні: виклики та можливості. URL: https://pactukraine.org.ua/sites/default/files/2018-06/APEA_REPORT_ukr.pdf

⁶ Соціальне підприємництво: Ефективний інструмент подолання соціальних викликів в Україні? URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidprijemnytstvo-efektyvnyy-instrument-podolannia-sotsialnykh-vyklykiv-v-ukraini/

⁷ Там само.