

**І.П. Скороход**  
*к. е. н., доц.*

## **СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ**

Соціальне підприємництво – це бізнес-модель, метою якої є вирішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємництва

спрямовуються на розвиток, громадські справи чи на вирішення суспільних проблем, це система господарювання, складовими якої є соціальні підприємства. Соціальні підприємства – це соціально орієнтовані суб'єкти підприємництва, діяльність яких спрямована на досягнення добробуту територіальних громад (соціальні, екологічні та етичні цілі) шляхом використання системного взаємозв'язку розвитку соціального підприємництва і розвитку місцевої економіки.

Існують різні підходи до класифікації соціальних підприємств, основні з яких представлені в табл. 1.

Таблиця 1

**Підходи до класифікації соціальних підприємств**

| Автор                      | Критерій  | Типи   |
|----------------------------|---|--|
| К. Альтер [1]              | Ступінь інтеграції соціальної програми та бізнес процесів                           | 1. Вбудовані (embedded)<br>2. Інтегровані (integrated)<br>3. Екстерналізовані (external)   |
| Г. Діз, Дж. Емерсон [2]    | Цілі діяльності та напрям використання прибутку                                     | 1. Благодійні<br>2. Комерційні<br>3. Гібридні  |
| Ю.Є. Благов, Ю.Н. Арай [4] | Місія, наявність доходу від основної діяльності та наявність інноваційної складової | 1. Традиційні НКО<br>2. Некомерційні соціально орієнтовані підприємницькі фірми<br>3. Гібридні організації<br>4. Комерційні соціально орієнтовані підприємницькі фірми   |
| Д. Борнштейн [5]           | Специфіка організації бізнес-діяльності   | 1. Модель підтримки підприємців<br>2. Модель посередника ринку<br>3. Модель працевлаштування<br>4. Модель платних послуг<br>5. Модель фінансування послуг<br>6. Модель «зв'язковий ринку»<br>7. Модель підтримки організації |

Різноманітність підходів до класифікації соціальних підприємств обумовлена такими основними факторами:

- 1) наявність великої низки соціальних проблем, вирішення яких потребує нових методів ведення бізнесу;
- 2) наявність нормативно-правової бази, що регулює діяльність соціальних підприємств;

3) не чітке розмежування соціального підприємництва та благодійності, корпоративної соціальної відповідальності тощо.

В українському законодавстві не передбачено спеціальної організаційно-правової форми для соціального підприємництва. Проте це не означає, що в соціального підприємництва взагалі немає правової бази. Так, ст. 62 Господарського кодексу України визначає: «Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності. Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності» [4].

Найбільшою проблемою розвитку соціального підприємництва в Україні є те, що соціальні підприємці не мають змогу конкурувати за фінансові ресурси з іншими підприємствами. У соціальних підприємств, що створюються для вирішення соціальної проблеми, як правило, стартових інвестицій немає [6].

Однак, розвиток соціального підприємництва є невід'ємною складовою розвитку країни та має свої можливості. До ключових можливостей розвитку соціального підприємництва в Україні слід віднести:

- відсутність закону, який би регулював соціальне підприємництво – це можливість вибрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму, як з точки зору бізнес-моделі, так і з точки зору особливостей оподаткування. А це означає, що соціальне підприємство може еволюціонувати від комерційного проекту громадської організації до публічного акціонерного товариства;

- наявність ресурсів, які не задіяні традиційним бізнесом – це зазвичай людські ресурси, до яких можна віднести: люди з обмеженими можливостями; біженці (внутрішньо переміщені особи); національні меншини; люди похилого віку; молодь; люди із залежностями; люди, що вийшли з місць позбавлення волі; ВІЛ-позитивні люди; багатодітні мами. Часто такі люди мають прекрасні вміння і навички, однак їх «особливості» відлякують традиційних підприємців брати їх на роботу через силу-силенну міфів і стереотипів;

- великий бізнес завжди зацікавлений в аутсорсингу. Багато великих підприємств намагаються не утримувати на своєму балансі низку

допоміжних служб і підрозділів, бо це вимагає постійних витрат, тому все частіше можна спостерігати замовлення таких послуг, як прибирання, транспортування, кур'єрська доставка, обслуговування оргтехніки і мереж, реклама і зв'язки з громадськістю, організація подій, освітні послуги, бухгалтерський облік, виробництво різних деталей тощо. Це дає змогу розвиватися малому бізнесу;

На відміну від традиційних підприємств, для вибору організаційно-правової форми з метою створення соціального підприємства потрібно зрозуміти відповідь на два питання:

1) чи буде розподілятися прибуток, зокрема у разі припинення соціального підприємства (прибуток не підлягатиме розподілу та використовуватиметься на визначену наперед мету: вирішення соціальних проблем, благодійність, розвиток громади тощо; або розподілятиметься частково чи повністю);

2) яка організаційно-правова форма діяльності інвесторів буде використовуватись для соціального підприємства та чи будуть здійснюватись майнові внески.

Варіанти організаційно-правових форм в Україні включають здійснення соціального підприємництва на базі: організацій громадянського суспільства (неприбуткових організацій); підприємницьких суб'єктів приватного права: юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та спільну господарську діяльність різних суб'єктів.

#### Список використаної літератури

1. Alter K. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. 2007. 133 p.
2. Dees J.G. The Meaning of «Social Entrepreneurship». URL: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf) (дата звернення: 29.10.2021).
3. Mair J. Successful social entrepreneurial business models in the context of developing economies: an explorative study / J. Mair, O. Schoen. *International Journal of Emerging Markets*. 2007. Vol. 2. Issue 1. P. 54–68.
4. Благов Ю.Е. Социальное предпринимательство: проблемы типологии / Ю.Е. Благов, Ю.Н. Арай. *Вестник С.-Петербур. ун-та. Сер.: менеджмент*. 2010. Вып. 3. С. 109–114.
5. Борнштейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей. М. : Альпина Паблишер, 2012. 499 с.
6. Боднар Ю. Власними силами: найкращі проекти соціального бізнесу в Україні. URL: <http://zeitgeist.platfor.ma/social-business-in-ukraine> (дата звернення 28.11.2011).