

Б. І. Косович,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів
ORCID ID: 0000-0003-4760-3098

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.3.77

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАНОВЛЕННЯ

B. Kosovych,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of Economy of Enterprise Department
Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE: ACTUAL QUESTIONS OF ESTABLISHMENT

Статтю присвячено дослідженню одного із визначальних напрямів соціалізації економічних відносин у сучасній Україні — розвитку соціального підприємництва. Проведено аналіз міжнародного досвіду у сфері соціального підприємництва та з'ясовано можливості його імплементації у національну практику. Констатується, що економічні, політичні та соціальні реалії вітчизняного сьогодення зумовлюють необхідність еволюції соціального підприємництва із площини благодійності до рівня соціальних підприємств, які не тільки стануть джерелом забезпечення матеріальних потреб людей не здатних конкурувати на ринку праці, а й сприятимуть вирішенню різноманітних актуальних соціальних завдань. Аргументовано, що діяльність соціальних підприємств повинна забезпечуватись комплексом правових, економічних та ідеологічних гарантій з боку держави та суспільства. Звернуто увагу на необхідність формування певного рівня соціально зорієнтованої свідомості підприємців, громадян та осіб, які потребують певної соціальної підтримки.

The article is devoted to the research of one of the defining directions of socialization of economic relations in modern Ukraine — the development of social entrepreneurship. The international experience in the field of social entrepreneurship is analyzed and the possibilities of its implementation into national practice are found out. It is stated that the economic, political and social realities of the domestic present cause the need for the evolution of social entrepreneurship from the field of charity to the level of social enterprises, which will not only become a source of meeting the material needs of people unable to compete in the labor market, but also contribute to the solution of various relevant social problems. It is argued that the activity of social enterprises should be provided with a set of legal, economic and ideological guarantees from the state and society. Attention is drawn to the need to create a certain level of socially oriented consciousness of entrepreneurs, citizens and individuals in need of certain social support.

Social entrepreneurship is an entrepreneurial activity that is coupled with the solution of social problems, an activity whose results are assessed not only (and not so much) by the amount of profit, but by "social return".

The main result of social enterprise activity should be the creation of a certain social value. Unlike classic business, where profit is the main aim, social value is a rather difficult category because it is both financial and non-financial. Talking about social entrepreneurship, social value is a definite benefit for a society created by business through entrepreneurial activity. It should be the main purpose of the social enterprise.

On this background, it is important to formulate the ideology of social entrepreneurship, which should establish a social axiom: the main thing that distinguishes a social entrepreneur from a business entrepreneur and even from a socially responsible businessman is a mission. The social mission for him is a leading one. A social development mission cannot be reduced to the benefit of individuals. Profiting and accumulating wealth can only be part of the model; it is only a mean to reach a social goal, not an aim itself. On the first place for the modern entrepreneur should be solving social problems or creating social values to help society.

The ideology of social entrepreneurship should cover not only economic elements but also issues of morality and ethics, social justice and psychology.

The formation of social enterprises should be provided with a set of legal, economic and ideological guarantees from the state and society. The evolution of social entrepreneurship must be accompanied

by the solution of both global (for example, the formation of social consciousness) and applied (for example, for the effective development of social entrepreneurship effective business models should be used) tasks.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, соціально не захищені верстви суспільства, передумови розвитку соціальних підприємств в Україні, соціальна цінність, соціальний ефект.

Key words: social entrepreneurship, social enterprise, socially unprotected strata of society, prerequisites for development of social enterprises in Ukraine, social value, social effect.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Стаття 3 Конституції України встановлює, що людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Завдання сучасної держави соціально-демократичної орієнтації функціонувати задля реалізації основоположного конституційного гасла — забезпечення прав людини. Спектр цих прав доволі широкий, що зумовлює багатогранність людинонаправленої діяльності держави у суспільстві. Історично підтверджено, що пакет соціальних прав людини найбільш повно забезпечується в умовах ринкової економіки. Тому важливо та актуально розглянути можливості соціалізації такої її фундаментальної складової, як підприємництво, насамперед, через соціальне підприємництво, що набуває все більшого поширення в Україні.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання соціального підприємництва активно вивчаються вітчизняними та зарубіжними науковцями. Варто згадати праці Борнштейна Д., Діза Г., Корецького А., Кудлай В., Ліберті К., Марті І., Мейра Д., Ніколса А., Остіна Д., Свінчука А., Шумпетера Й. та інших. Водночас, попри існуючий масив напрацювань, додаткового розгляду потребує проблематика реалізації ідей соціального підприємництва у складних реаліях вітчизняної економіки, політики, правового регулювання, підприємницького менталітету і таке інше.

МЕТА СТАТТІ

Метою запропонованого дослідження є з'ясування сутності соціального підприємництва, вивчення міжнародного досвіду його запровадження, виокремлення проблем реалізації соціального підприємництва в Україні, пошук шляхів його розвитку у вітчизняному секторі економіки.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Соціальне підприємництво — підприємницька діяльність, що поєднана із вирішення соціальних проблем, діяльність, результати якої оцінюються не тільки (і не стільки) розміром прибутку, а "соціальною віддачею".

Теоретичною платформою наукового дослідження соціального підприємництва є концепція "змішаної" або "комбінованої цінності" Дж. Емерсона (J. Emerson), згідно з якою підприємство є елементом соціально-економічної реальності, в діяльності якого об'єднуються економічна та соціальна складові. Водночас зазначені складові розглядаються не ізольовано, а як взаємодоповнюючі. На думку Дж. Емерсона, результати економічної та соціальної діяльності не можна протиставляти. "Питання полягає не в тому, що обирати — створення економічного багатства чи соціальне покращення, а у тому, щоб створювати цінності та використовувати ресурси для збільшення благ за безперервного виробництва обох їх видів (економічних і соціальних)" [1, с. 89].

Основу концепції комбінованої цінності включають такі її складові: всі підприємства створюють комбіновану цінність; існує безперервна взаємодія соціальних та економічних цілей діяльності підприємства; оцінка ефективності інвестицій у створення цінність з використання лише фінансових інструментів призводить до недооцінки ефективності загалом. Концепція Дж. Емерсона хоча і вказує на соціальну природу будь-якої економічної діяльності, але не дозволяє пояснити особли-

вості соціальних підприємств.

На доктринальному рівні визначено декілька концепцій соціального підприємства: широку, комбіновану, інноваційну та проблемно-орієнтовану.

В основу широкого підходу (Е. Шоу, Дж. Вірвардена, Г. Морт, А. Фоулер, Центр з поліпшення соціального підприємництва (The Center for the Advancement of Social Entrepreneurship)) покладено гіпотезу про те, що соціальне підприємництво — це діяльність, яка в кінцевому результаті передбачає досягнення соціальної мети. Тобто відповідно до цього підходу, під соціальним підприємництвом розуміється діяльність: державних соціальних організацій; традиційних бізнес-організацій, які завжди мають соціальну складову; недержавних неприбуткових організацій. Широкий підхід не дозволяє виокремити та визначити особливості соціального підприємництва, оскільки до нього можна віднести будь-яку діяльність, яка має соціальний ефект. У проєкції на вітчизняні реалії знайти підприємство (навіть за умови його далеко не соціально спрямованої діяльності, наприклад, виробництво, пов'язане із шкідливими викидами в атмосферне повітря), яке б не декларувало свою позитивну значимість для економічних інтересів людини та суспільства в сучасній Україні практично неможливо (згадаймо ядерну енергетику).

Комбінований (комерційно-соціальний) підхід (А. Макміллан, Дж. Робінсон, Я. Роголін) ґрунтується на передбаченні, що соціальне підприємництво — це діяльність, орієнтована на досягнення не лише соціальних, але й комерційних результатів. За такого підходу соціальне підприємництво — це сфера діяльності, яка передбачає наявність бізнес-складової. Цей підхід реалізується в Україні через систему правових стимулів, наприклад пільгове оподаткування роботодавців за створення додаткових робочих місць для осіб, яким складно конкурувати на ринку праці.

Інноваційний підхід (Дж. Мейр, Е. Нобоа, Е. Остін, Дж. Вей-Скіллерн, Х. Стівенсон, Ф. Перріні, С. Вурро) робить наголос на інноваційній складовій підприємницької діяльності та на використанні інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Інноваційний підхід, з одного боку, суттєво обмежує сферу соціального підприємництва порівняно з комбінованим підходом, оскільки не всі бізнес-організації використовують інновації у соціальній складовій своєї діяльності. Аналогічно не підпадає під соціальне підприємництво діяльність неприбуткових організацій та державних соціальних установ, які не впроваджують інновації. З іншого боку, такий підхід розширює соціальне підприємництво за рахунок доповнення його діяльністю неприбуткових організацій та державних соціальних установ, які розробляють і реалізують інновації у своїй діяльності. На нашу думку, в Україні такий підхід є реальним за підтримки міжнародних організацій та благодійних фондів.

Проблемно-орієнтований підхід (К. Лідбітер, Фонд Шваба) відносить до соціального підприємництва таку діяльність, соціальні результати якої спрямовані на певну соціальну групу або проблему (люди з інвалідністю, соціально вразливі групи, переселенці, безхатченки інші). Цей підхід можна розглядати як різновид широкого підходу, але з обмеженням, і сфери соціального підприємництва, і потенційних споживачів його продукції або послуг. Сьогодні втілюється у вітчизняну економічну практику через прийняття спеціальних законів.

Наявність кількох підходів до визначення соціального підприємництва свідчить, що це дуже широке по-

няття, яке характеризує діяльність різноманітних організацій. Водночас усі ці підходи вказують на пріоритетність соціальної мети такої діяльності, а різняться вони широтою охопленої сфери. Конкретизувати сферу соціального підприємництва допомагає визначення сутності другої складової цього словосполучення.

Досі не існує єдиного бачення соціального підприємництва і у міжнародній практиці, зокрема стосовно критеріїв відношення підприємств до соціальних, бізнесових механізмів вирішення соціальних проблем, створення громад та взаємодопомогу. У США, наприклад, достатньо, щоб товар або послуга вирішували певну соціальну проблему, і тоді підприємство, яке виробляє цей товар або надає послугу, вже можна називати соціальним. В Європі підхід трохи інший: соціальні підприємства мають надавати частину прибутку на соціальні проекти або надавати роботу людям з особливими потребами. Проте існує один критерій, з яким погоджуються всі — це соціальний ефект, визначене суспільне благо. Якими б не були розбіжності в тлумаченні соціального підприємництва, мета цієї діяльності — допомога суспільству. Це реальний механізм використання соціальних можливостей і вирішення соціальних проблем. Чим більше людей про нього почує, тим більший ефект цей механізм буде створювати.

На тлі наведеного плюралізму підходів та практики до соціального підприємництва доцільно з'ясувати його сутність як соціально-економічного явища. Підприємництво у його сучасному розумінні — це творчий ініціативний процес пошуку і використання суб'єктом господарювання креативних або ще не реалізованих можливостей (інновацій) підвищення прибутків своєї господарської діяльності з метою одержання додаткового підприємницького доходу. Водночас підприємницький дохід являє собою частку прибутку, яка утворилася від реалізації спроможності суб'єкта господарювання до інноваційної діяльності. За такого визначення підприємництво не ототожнюється з бізнесом. Бізнес — це будь-яка ініціативна господарська діяльність його суб'єктів з метою отримання прибутку. Відповідно до цього, під соціальним підприємництвом розуміємо систематичну, в тому числі інноваційну, господарську діяльність, яка передбачає вирішення соціальних проблем.

Головним результатом діяльності соціального підприємства має бути створення певної соціальної цінності. На відміну від класичного бізнесу, де головним результатом є одержання прибутку, соціальна цінність є досить складною категорією, тому що вона відноситься одночасно до фінансових та не фінансових результатів діяльності [2]. Говорячи про соціальне підприємництво, соціальна цінність — це певна користь для суспільства, яка створюється бізнесом через підприємницьку активність. Вона і має бути головною метою функціонування соціального підприємства. Інструментом створення соціальної цінності часто виступає продукт чи послуга.

Беручи до уваги те, що соціальне підприємництво прийшло до нас із європейського економічного простору, важливо розглянути досвід його реалізації у передових європейських державах. Лідером європейського регіону в розвитку соціального підприємництва вважається Велика Британія, де соціальне підприємство з'явилося ще 1844 року, а зараз налічується близько 70 тис. соціальних підприємств, що забезпечують працею майже 2 мільйони британців (3 % населення). Кожне п'яте соціальне підприємство має річний обіг більше 1 млн фунтів, а сумарний внесок в економіку становить понад 24 млрд фунтів стерлінгів (майже 9 % ВВП країни) [3].

Соціальні підприємства Великої Британії залучені в кожен сектор економіки країни: будівництва, транспорт, переробку відходів, торгівлю, громадське харчування, "зелену енергетику" та навіть театр. За підсумками 2017 р., 68 % соціальних підприємств Великої Британії підтримують людей з уразливих груп, 44 % працевлаштовують людей з уразливих груп, 28 % працюють у найбільш депресивних районах країни [3]. Со-

ціальне підприємство за британськими нормами — це юридично зареєстрована організація, яка перебуває у спільній власності та контролюється членами цієї організації на принципах рівності у власності. Підприємство здійснює комерційну діяльність, створює соціальну цінність та дбає про екологію. Соціальна цінність та екологічна безпека є невід'ємною частиною соціального підприємства, а на їхнє досягнення підприємство скеровує частину прибутку від діяльності.

Європейські соціальні підприємства мають регіональні особливості та чітку соціальну мету, на яку спрямовують значну частину своїх прибутків. Наприклад, більшість німецьких соціальних підприємств вирішують проблеми незахищених верств населення: мігрантів та біженців, безробітної молоді та людей з інвалідністю. Міжнародна платформа "Кірон" дає змогу біженцям здобути освіту і кваліфікацію дистанційно — у будь-якому місці і в будь-який час. Також вже понад 20 років у Німеччині діє організація Social Impact, яка підтримує і консультує соціальні підприємства, позиціонуючи себе як "агентство соціальних інновацій". У 2011 року агенцією Social Impact запроваджена інкубаційна програма Social Impact labs, що стала платформою для соціальних підприємців та фрілансерів. Соціальних підприємців кредитують федеральні банки, у них інвестують венчурні фонди, набувають популярності краудфандинг і групові інвестиції. Як результат, у Німеччині нараховується близько 100 тисяч соціальних підприємств, на яких зайняті понад 2,5 мільйона працівників, що утричі більше, ніж працівників у галузі виробництва авто, де працює 750 тисяч робітників [4].

Соціальні підприємства в розвинених країнах є, передусім, представниками малого та середнього бізнесу, який відіграє ключову роль у створенні робочих місць і розвитку економіки — це мало б бути пріоритетом і для України. За даними Європейської комісії, на сьогодні у Європі існує два мільйони соціальних підприємств (10% від усього європейського бізнесу), на яких працюють понад 11 мільйонів 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") [4].

Три країни (Литва, Словаччина та Фінляндія) ухвалили закони, які визначають соціальні підприємства як такі, що займаються виключно трудовою інтеграцією незахищених категорій населення.

Європейська комісія виділяє чотири основні напрями, в яких працюють соціальні підприємства:

- робоча інтеграція — навчання та інтеграція людей з обмеженими можливостями та безробітних;
- надання особистих соціальних послуг — здоров'я, добробут та медична допомога, професійне навчання, освіта, медичні послуги, послуги з догляду за дітьми, послуги для людей похилого віку або допомога малозабезпеченим людям;
- місцевий розвиток територій, що знаходяться в неблагополучних районах — соціальні підприємства у віддалених сільських районах, схеми розвитку/реабілітації мікрорайонів в міських районах, допомога у розвитку та співпраця з третіми країнами;
- інше, включаючи переробку сільськогосподарської продукції, захист навколишнього середовища, спорт, мистецтво, культуру та історичне збереження, науку, дослідження та інновації, захист прав споживачів та любителів спорту [4].

Для порівняння із європейською традицією в Ізраїлі соціальні підприємства працюють в сфері екології, адаптації людей з обмеженими можливостями, підтримки соціально вразливих категорій населення шляхом їх навчан-

ня, реабілітації, працевлаштування, організації корисного та активного відпочинку. Ізраїльське підприємство *Hameshakem* — це підприємство з п'ятдесяти відсотковою участю держави, на якому працює майже 95 відсотків працівників з інвалідністю і, яке не лише сприяє працевлаштуванню, а й виконує місію соціалізації та реабілітації людей з інвалідністю. *Hameshakem* отримує державні дотації, обсяг яких напряму залежить від кількості працівників. За ізраїльськими законами, підприємство, на якому працюють люди з інвалідністю, має можливість отримувати гарантовані державні замовлення, а також звільняється від сплати міського податку [5].

Щодо джерел фінансування соціальних підприємств, то досвід розвинених країн показує, що збори та продажі (власні надходження) були найважливішим джерелом фінансування у 54,28 % підприємств, за ними йдуть гранти — 27,11 %, пожертви — 5,96 % й інвестиції — 4,61 %. Водночас розподіл джерел фінансування суттєво відрізняється в країнах. Так, фінансування за рахунок власних надходжень коливається від 74,5 % в Іспанії до 28,5 % у Румунії. Гранти коливаються від 36,2 % у Швеції до 18,9 % у Китаї, пожертвування коливаються від 12,1 % у Румунії до 1,7 % у Угорщині. Інвестиції коливаються від 21 % у Китаї до 0,6 % у Іспанії. У проведеному у 2018 році Європейською комісією дослідженні відзначається, що значні обсяги соціальних послуг фінансуються також державним сектором. Наприклад, приблизно 45 % соціальних підприємств в Італії підтримуються державними фондами і вони є їх основними клієнтами [6].

Вітчизняний політикум тривалий час проголошує курс на адаптацію до європейських економічних, правових та соціальних стандартів. Тому важливо з'ясувати, основні напрями та проблеми імплементації європейської практики соціального підприємництва в українському суспільстві. На думку відомого економіста Йозефа Шумпетера, соціальні підприємці — це реформатори і революціонери, які виконують соціальну місію. Г. Діз у своїй праці "The Meaning of Social Entrepreneurship" далі розвиває цю думку: "Вони здійснюють докорінні перетворення і змінюють порядок речей у соціальній сфері задля розв'язання нагальних проблем. Вони атакують проблему, а не просто констатують факт її наявності чи лікують симптоми. Вони прагнуть системних змін і сталого поліпшення. Хоча вони можуть діяти локально, але їх дії мають потенціал для стимулювання глобального поліпшення в обраній ними сфері, чи то в освіті, чи в охороні здоров'я, чи в природному довкіллі" [7, с. 4]. Новації, тим паче революційні, приживаються завжди важко. Вистачає об'єктивних та суб'єктивних перешкод для запровадження соціального підприємництва в Україні.

Основними причинами слабого розвитку вітчизняного соціального підприємництва є: відсутність підтримки з боку держави; нестача коштів на його розвиток; низький рівень соціальної свідомості, насамперед нерозуміння цінності та ефективності цього виду підприємницької діяльності для суспільства не лише з боку державних структур, а й з боку громадян. Серед основних перешкод розвитку соціальних підприємств є: страх перед ризиком (а якщо нічого не вийде?); нестача кваліфікованих кадрів та досвіду отримання коштів за допомогою сучасних фінансових інструментів; відсутність поінформованості щодо ролі соціального підприємництва у суспільстві. Перепопи матеріального характеру полягають у нестачі пільгових кредитів, необхідного обладнання, приміщень, можливості наймати висококваліфіковані кадри та достойно оплачувати їх працю. Формальним бар'єром становлення соціального підприємництва в Україні є також відсутність необхідної законодавчої бази.

В Україні категорія "соціальне підприємство" все ще не має широкого застосування, її глумачення як у науці, так і в бізнесі часто плутають з соціальною відповідальністю.

Наведений вище успішний міжнародний досвід використання соціального підприємництва для блага суспільства та підтримки соціально вразливих верств населення й перелік перешкод для його імплементації у сучасній українській державі спонукає до пошуку шляхів становлення та розвитку соціальних підприємств як найбільш ефективною форми соціалізації вітчизняної економіки. Соціальне підприємство у форматі різноманітних благодійних організацій, за яким сьогодні визначальне значення, може мати лише тимчасовий перехідний характер. Без трансформації у дієві форми господарювання воно залишиться "цікавою темою для обговорення".

Під егідою міжнародних проектів та при допомозі міжнародних грантодавців уже напрацьовані певні рекомендації щодо розвитку сектора соціального підприємництва в Україні. Рекомендаціями пропонується: підвищення рівня обізнаності про можливості соціального підприємництва, запровадження правового регулювання його діяльності, покращення доступу до фінансових ресурсів, розвиток не фінансової інфраструктури його підтримки, популяризація статусу соціального підприємця [2, с. 96]. Підтримуючи наведене, пропонуємо наше бачення актуальних питань розвитку соціального підприємництва в Україні із врахуванням соціально-економічної реальності.

Реалізація ідей соціального підприємництва, на нашу думку, повинна базуватися на трьох основних групах факторів — правових, економічних, ідеологічних. На перше місце ми ставимо саме правові, оскільки соціальне підприємництво, як різновид все таки економічної діяльності, зазвичай не приносить прибутку (що не зовсім збігається із природою підприємництва як такого) і потребує всебічної, насамперед юридичної, підтримки держави.

У правовому полі доцільно переходити від "благодійних законів" чи "благодійних юридичних норм" до спеціального закону про соціальне підприємство, що має узгоджуватись із законодавством про працю, про оподаткування, про пільги і таке інше. Проект такого закону (проект Закону "Про соціальні підприємства") було подано до Верховної Ради України ще у 2015 р., однак він так і залишився без розгляду. Цей закон повинен визначати поняття, організаційні форми, правові засади діяльності соціальних підприємств в Україні та заходи їх державної підтримки. Не будемо характеризувати цей законопроект та оцінювати його якість (це тема окремого дослідження), наведемо лише визначення соціального підприємства, закріплене ч. 1 ст. 1 Проекту, яке ілюструє ідейний зміст закону: "Соціальним підприємством визначається суб'єкт господарювання, утворений юридичними та/або фізичними особами, пріоритетом діяльності якого є досягнення соціальних результатів, зокрема, у сфері охорони здоров'я, освіти, науки, культури, навколишнього середовища, надання соціальних послуг та підтримки соціально вразливих груп населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб)". Прийняття даного закону визначає основний шлях розвитку соціального підприємництва в Україні — через створення та розвиток соціальних підприємств.

Аналіз міжнародного досвіду з питань соціального підприємства показує, що його ідея найбільш успішно реалізовується в економічно благополучних державах. Це, вочевидь, об'єктивно обумовлено необхідністю фінансування затрат на створення різних форм соціального підприємства чи створення пільгового економічного режиму для суб'єктів, що бажують до нього долучитись. Фінансова підтримка держави має визначальне значення; однак чи можлива вона сьогодні в Україні? Радше ні. Тому, на нашу думку, у складних економічних умовах, на тлі політичної незбалансованості та фактичного стану війни, необхідно визнати необхідність пере-

ходу від стилю благодійності до реальних ринкових механізмів, здатних закласти фундамент соціального підприємництва, й формувати соціальні підприємства.

Державне фінансування, нехай навіть обмежене, повинно супроводжуватись та підтримуватись організаційними засобами — реєстрація, контроль, супровід і таке інше.

Задля економії бюджетних коштів та з метою запобігання бюрократизації, на нашу думку, доцільно використовувати пільгове банківське кредитування із його організаційними компонентами під гарантії держави.

Дослідники соціального підприємництва акцентують на необхідності еволюції психології підприємців та суспільства загалом. Це, очевидно, однак не треба залишати без уваги й проблематику психологічних та аксіологічних установок соціально-незахищених верств суспільства. До цієї категорії відносять: осіб з інвалідністю; осіб з психічними розладами; безробітних з утриманнями, безробітних старше 54 років та тривалих безробітних; представників ромської етнічної меншини; ув'язнених або осіб звільнених з місць позбавлення волі; осіб із залежністю від алкоголю, наркотиків тощо; безхатьків; жертв торгівлі людьми, біженців [2, с. 27].

Не важко побачити, що йдеться про три основні групи: людей, які не можуть конкурувати на ринку праці через певні фізичні та психологічні проблеми, людей, які не можуть працевлаштуватись, людей, не здатних себе реалізувати через соціальні чинники. І якщо для успішної праці перших та частини других (в умовах гострої потреби у робочій силі особа, яка хоче працювати, може завжди знайти роботу) достатньо працевлаштування відповідно до їх можливостей та створення належних умов праці (це власне залежить від власника чи працедавця), то для третіх (наприклад, осіб звільнених з місць позбавлення волі) цього недостатньо. Необхідна допомога та тісний контакт із соціальними службами та правоохоронними органами. Так, адаптувати особу, яка тривалий час перебувала у місцях позбавлення волі до звичного життя, навіть за її бажання, досить складно. Без державної підтримки тут не обійтись.

Чомусь залишається без уваги ще одна група людей соціального ризику — вихованці дитячих будинків. Саме їх соціальної адаптації має приділятися особлива увага.

Різні форми соціального підприємництва, потенційно соціальні підприємства, які успішно працюють здатні самі виконувати надважливу виховну функцію.

На цьому фоні важливе значення має формування ідеології соціального підприємництва, яка повинна утвердити загальносуспільну аксіому: головне, що відрізняє соціального підприємця від бізнес-підприємців і навіть від соціально відповідального бізнесмена — це місія. Соціальна місія для нього є провідною. Місія соціального розвитку не може бути зведена до вигоди для окремих приватних осіб. Отримання прибутку та накопичення багатств можуть бути лише частиною моделі, це лише засіб для досягнення соціальної мети, а не самоціль. На першому місці для сучасного підприємця повинно бути вирішення соціальних проблем або створення соціальних цінностей для допомоги суспільству.

Ідеологія соціального підприємництва повинна охоплювати не тільки економічні елементи, але і питання моралі та етики, соціальної справедливості та психології.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи наведене необхідно констатувати, що одним із визначальних напрямів соціалізації економічних відносин у сучасній Україні є розвиток соціального підприємництва. Економічні, політичні та соціальні реалії сьогодення зумовлюють необхідність розвитку соціального підприємництва із площини благодійності до рівня соціальних підприємств, які не тільки стануть джерелом забезпечення матеріальних потреб людей не здатних конкурувати на ринку праці, а й сприятимуть вирішенню

різноманітних актуальних соціальних завдань. Створення соціальних підприємств повинно забезпечуватись комплексом правових, економічних та ідеологічних гарантій з боку держави та суспільства. Еволюція соціального підприємництва має супроводжуватись вирішенням як глобальних (наприклад, формування свідомості суспільства), так і прикладних (наприклад, для сталого розвитку соціального підприємництва потрібно використовувати ефективні бізнес-моделі) завдань.

Література:

1. Про соціальне підприємництво. URL: www.social-business.in.ua.
2. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А., Корнецький А., Гончарова М., Назарук В., Гусак Н., Туманова А. — К: ТОВ Підприємство "ВІ ЕН ЕЙ", 2017. — 188 с.
3. Mark Richardson. Соціальне підприємство: Уроки вивчені у Великобританії // Доповідь на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців. — Київ, 16.11.2016.
4. European Commission. Growth. Sectors of the Social economy in the EU: Social enterprises. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en
5. Кудлай В.Г. Досвід Ізраїлю в розбудові соціального підприємництва // 36. матеріалів III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція "Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку" (29—30 березня 2018 р.). Київ, ДВНЗ "КНУ імені Василя Гетьмана".
6. Chien-Chung Huang Blair Donner. The Development of Social Enterprise: Evidence from Europe, North America, and Asia. Research Report March 2018. URL: <https://socialwork.rutgers.edu/sites/default/files/report>
7. Gregory Dees. The Meaning of Social Entrepreneurship. URL: https://centers.fuqua.duke.edu/case//Article_Deess_Meaningof_Social_Entrepreneurship. — Р. 4.

References:

1. Social Business In UA (2020), "About social entrepreneurship", available at: www.socialbusiness.in.ua (Accessed 8 January 2020).
2. Svychnuk, A. Kornetskyi, A. Honcharova, M. Nazaruk, V. Husak, N. and Tumanova, A. (2017), Sotsialne pidpriemnytstvo: vid idei d— suspilnykh zmin [Social entrepreneurship: from idea to— social change], TOV Pidpriemstv "VI EN EI", Kyiv, Ukraine.
3. Richardson, M. (2016), "Social Enterprise: Lessons learned in the UK", Dopovid na II Vseukrainskomu forumi sotsialnykh pidpriemstv, [Report at the II All-Ukrainian Forum of Social Entrepreneurs], Kyiv, Ukraine, November 16.
4. European Commission (2020), "Sectors of the Social economy in the EU: Social enterprises", available at: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en (Accessed 8 January 2020).
5. Kudlay, V. H. (2018), "Israel's experience in building social entrepreneurship", Zb. materialiv III Vseukrainskyka naukovo-praktychna internet-konferentsiia, Innovatsiynne pidpriemnytstvo: stan ta perspektyvy rozvytku [Coll. materials III All-Ukrainian scientific and practical Internet conference "Innovative entrepreneurship: the state and prospects of development"], DVNZ "KNU imeni Vadyma Hetmana", Kyiv, Ukraine, 29—30 March.
6. Chien-Chung, H. and Blair, D. (2018), "The Development of Social Enterprise: Evidence from Europe, North America, and Asia", Research Report March, available at: <https://socialwork.rutgers.edu/sites/default/files/report> (Accessed 8 January 2020).
7. Dees, G. (1998), "The Meaning of Social Entrepreneurship", Article_Deess_Meaningof_Social_Entrepreneurship, available at: <https://centers.fuqua.duke.edu/case> (Accessed 8 January 2020).

Стаття надійшла до редакції 04.03.2020 р.