

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

К.В. Багмет, к.е.н., доцент

Сумський державний університет, м. Суми, Україна

У статті проведено теоретичний аналіз концепції соціального підприємництва, виокремлено економічні, соціальні та правові критерії, за якими цей тип підприємницької діяльності виокремлюються у від інших, проаналізовано досвід Європейського Союзу щодо стимулювання розвитку соціальних підприємств. Обґрунтовано необхідність розвитку інститутів як драйверів соціальної цінності (інституцій регулювання та інститутів підтримки).

DOI: 10.21272/1817-9215.2017.3-20

ВСТУП

Сучасний етап розвитку більшості розвинених країн характеризується зростанням ролі соціального підприємництва у національних економіках. Акцент робиться на тому, що цей тип підприємництва є своєрідною відповіддю на зростання соціальних потреб на тлі зменшення фінансових ресурсів. Установи публічного сектора вимушені включатися у механізми спільної реалізації соціальних послуг. У таких механізмах соціальні підприємства об'єднують підприємців, громади та капітал у новий спосіб задля вирішення проблем у способи, які виявляються більш стійкими. Проте успіх та стійкість не є очевидним чи обов'язковим результатом. Тому актуальність дослідження кращих практик, розроблення нових регуляторних рамок постійно зростає. Показовим є також зростання уваги до питань розвитку соціального підприємництва з боку академічної спільноти. Так, В. Жохова, аналізуючи праці, присвячені соціальному підприємництву за даними бази Elsevier за період 1998-2015 рр., констатує їх збільшення більше, ніж у 10 разів [1].

Сектор благодійників, фондів, що надають підтримку, також реалізують дослідження щодо критеріїв оцінки соціального сектора, зокрема поєднання соціальної віддачі та фінансового ризику [3].

Про зростання уваги з боку усіх стейкхолдерів свідчать аналітичні публікації. Так, наприклад, у Нідерландах у 2011 році компанія McKinsey вперше опублікувала звіт про соціальні підприємства «Перспективні можливості для нідерландського сектору соціальних підприємств» [2]. На той час можна було говорити про ранню стадію розвитку цього сектора. Проте на сьогодні відмічається значне зростання кількісних характеристик цього сектора, зростання впливу соціальних підприємств на економіку, посилюється увага до цих., перший Сектор зараз добре відомий і привертає увагу громадськості, інвесторів та бенефіціарів.

Наразі дослідження стосуються різних аспектів функціонування соціального підприємництва. Вивчаються його зв'язок із соціальними інвестиціями [4], особливості фінансового забезпечення [4; 6; 7], використання регулюючих механізмів [7; 9; 11]. Проте невирішеними залишається досить багато питань, зокрема інституційних основ розвитку соціального підприємництва, його впливу на національну економіку.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є аналіз специфічних рис соціального підприємництва та його інституційного середовища у взаємозв'язку з іншими секторами національної економіки.

РЕЗУЛЬТАТИ

Відсутність єдиного, несуперечливого, узгодженого підходу до визначення соціального підприємництва підкреслюється багатьма дослідниками цього феномена [1; 8; 10; 11]. У дослідженні соціального підприємництва ми керуємося визначенням офіційно прийнятим у Європейському Союзі, згідно з яким соціальні підприємства розглядають як такі, що поєднують суспільні цілі з підприємницьким духом і зосереджуються на досягненні більш широких соціальних, екологічних чи спільних цілей [5]. Єврокомісія акцентує увагу на таких характеристиках соціального підприємництва:

- соціальний вплив як основна мета діяльності;
- інноваційні підходи до надання товарів та послуг;
- пріоритетність соціальних цілей у процесі розподілу прибутків;
- відкритість та відповідальність в управлінні з урахуванням інтересів широкого кола стейкхолдерів (працівників, споживачів, інших осіб, яких торкнулася комерційна діяльність цього підприємства);

Дуже важливо визначитися з критеріями (економічними, соціальним чи юридичними), за якими можна було б чітко ідентифікувати підприємство як соціальне. Це є основою для визначення масштабів соціальної економіки, рівня її впливу на національну економіку в цілому, склад та структуру ресурсів, залучених до цього сектора, та можливі напрями підтримки.

Дослідження соціального сектора стосуються різних сфер національної економіки (рис. 1). І соціальні підприємства мають характеристики, які традиційно є основними для різних секторів національної економіки:



Рисунок 1 – Соціальне підприємництво у взаємодії з іншими організаціями соціального сектора національної економіки (авторська розробка)

Підприємницький дух, поєднання ресурсів на свій ризик для досягнення позитивного результату – комерційний (приватний) сектор, діяльність щодо спільного інтересу – публічний сектор, соціальна місія і благодійне фінансування – так званий третій сектор (неприбуткові / недержавні / громадські організації тощо).

Дослідимо можливі критерії, за якими пропонують виокремлювати соціальні підприємства з-поміж інших, схожих за характеристиками організацій..

Наразі неможливо виділити єдину організаційно правову форму соціальних підприємств. З огляду на те, що соціальне підприємство можна розглядати як об'єктивний результат розвитку традиційних організацій соціальної економіки, то таке підприємство може бути зареєстроване як кооператив, асоціація, благодійна організація, навіть приватне підприємство. Згідно з офіційною інформацією Європейської комісії, багато з цих підприємств працюють у формі соціальних кооперативів, деякі зареєстровані як приватні компанії, обмежені гарантією, окремі є спільними. Переважна більшість цих підприємств не орієнтована на прибуток, такі як спілки, асоціації, волонтерські організації, благодійні фонди [10]. Загалом специфічні організаційно-правові форми соціальних підприємств залежать від національного законодавства і не є критерієм, який може визначати соціальне підприємство як оператора соціальної економіки. Власне місія є тим мірилом, що вирізняє соціальне підприємство з-поміж комерційних, місія свідчить про його первинне соціальне призначення.

Економічний вимір соціального підприємництва як його специфічна характеристика також є не достатньо конкретним. Кількісні критерії тут як правило не застосовуються, акцент робиться на тому, що соціальні підприємства орієнтуються на надання суспільних послуг та вирішення соціальних проблем через традиційні комерційні інструменти, здатність спрямувати підприємницькі здібності у сферу спільного інтересу. І саме це робить соціальні підприємства рівноправними гравцями у публічному секторі, які часто створюють передумови для більш ефективного розподілу ресурсів, підвищення якості публічних послуг та впровадження інновацій (соціальних, управлінських, технологічних).

Виникає необхідність розмежувати соціальні підприємства і неприбуткові організації. Тут ключовим є комерційний аспект їх діяльності, що пропонується використовувати для відокремлення соціального підприємництва від суто неприбуткових організацій (організацій третього сектора) з одного боку та від комерційних підприємств з іншого. Частку від обороту, що є результатом комерційної діяльності, пропонується брати як своєрідну межу. Так, окремі автори пропонують порогове значення заробленого доходу на рівні 50% як таке, що відокремлює соціальне підприємство від неприбуткової/благодійної організації [8]. Хоча узгодженої думки щодо розміру такого порогового значення немає, саме «комерційна частка» дозволяє підтримувати їх економічну стабільність, працюючи у традиційно неприбутковій сфері надання публічних послуг, і взагалі відносить досліджувані підприємства до сфери бізнесу.

Ще одним економічним критерієм, що ідентифікує соціальне підприємство як самостійного суб'єкта соціальної економіки, є принципи розподілу прибутку або активів. Саме цей принцип ідентифікує його соціальне призначення, адже більша частина прибутку соціального підприємства реінвестується для досягнення його соціальної місії, і саме це є чи не основним соціальним маркером такого підприємства. На останніх зупинимось більш детально.

Принципи та процедури реінвестування прибутку у діяльність, спрямовану на досягнення соціальної місії, чітко визначаються, їх дотримання є обов'язковим. Передбачається навіть блокування активів – це механізм, що передбачає закріплення в установчих документах підприємства обов'язкового підтримання діяльності, спрямованої на суспільні інтереси через консолідацію активів. Більше того, існує навіть практика, коли у разі ліквідації соціального підприємства його активи передаються іншим, що дотримується схожої місії [8]. Це забезпечує неперервність такої діяльності.

Враховуючи наведені вище характеристики, до соціальних підприємств пропонується відносити такі типи:

1) підприємства, для яких соціальна мета надання суспільного блага є причиною комерційної діяльності, що здійснюється переважно у формі соціальних інновацій високого рівня;

2) підприємства, що реінвестують прибуток переважно з метою досягнення поставленої соціальної мети;

3) підприємства, де спосіб організації або системи власності відображають його місію, де застосовуються демократичні принципи, принципи спільної участі, зосереджується увага на соціальній справедливості [10].

Діяльність соціальних підприємств в основному представлена у галузях, що пов'язані з реалізацією суспільних благ та мають значний соціальний вплив, а саме:

- трудова інтеграція, яка вирішує проблеми інклюзивної, оскільки спрямована переважно на професійне навчання та інтеграцію до ринку праці людей з обмеженими можливостями та безробітних;

- особисті соціальні послуги, які представлені сферами, що в Україні традиційно знаходяться на бюджетному фінансуванні: охорона здоров'я, благополуччя та медичне обслуговування, освіта, професійне навчання, послуги з догляду за дітьми, послуги для людей похилого віку та допомога малозабезпеченим;

- місцевий розвиток депресивних територій (віддалених сільських районів, містечок), в тому числі допомога у розвитку та співпраці з третіми країнами;

- інші сфери, включаючи переробку відходів, захист довкілля, культуру і мистецтво, збереження історичних пам'яток, спорт, науку, дослідження та інновації, захист прав споживачів тощо [10].

Проте останні тенденції свідчать про розширення сфер діяльності соціальних підприємств. Ці нові заходи включають, наприклад, надання нових форм освітніх, культурних, екологічних та комунальних послуг, а також виробництва, розподілу та споживання продуктів харчування. [8]. Така тенденція є на нашу думку об'єктивною, оскільки суспільні інтереси, потреби громад змінюються, технології створюють ширші комунікаційні можливості. Вважаємо, що подальші трансформації суспільств та економік будуть провокувати розвиток саме соціальних підприємств там, де зростатиме суспільний інтерес. Вже сьогодні ми спостерігаємо розвиток інфраструктури, інституційного середовища соціального сектора в цілому. Саме тому ми не ставимо за мету узгодження концептуальної рамки соціального підприємництва, оскільки більш стратегічно важливим вважаємо аналіз середовища, особливо інституційного, яке дозволяє розвивати потенціал соціального підприємництва як складової національної економіки, що продукує істотний інноваційний імпульс для створення соціальної цінності. Саме дослідження цього аспекту розвитку соціального підприємництва є на нашу думку сьогодні найбільш затребуваним регуляторами – відповідальним за розроблення політики. Тим більше, дослідження підтверджують, що характер і якість інституціоналізації в країнах визначають, чи буде вона сприяти розвитку підприємницької діяльності соціального підприємництва [1].

Як зазначають окремі дослідники соціальних підприємств, однією з визначальних рис європейських соціальних підприємств є створення з часом конкретних інституційних механізмів, що спрямовані на неперервне досягнення стабільної соціальної мети. В основі цього лежить сильна європейська традиція розвитку соціальної економіки, для якої характерним є тісний зв'язок з організаціями громадянського суспільства, спільний (колективний) характер діяльності [8]. Саме спільність у роботі підприємства, залученості до управління широкого кола стейкхолдерів (власники, працівники, волонтери, споживачі товарів чи послуг)

Попри нетривалий термін активного розвитку соціального підприємництва в більшості країн усвідомили його важливість та перспективність, особливо варто відзначити досвід Європейського Союзу. Сьогодні вже створена Ініціатива соціального бізнесу (ІСБ, 2011), якою сформовано короткостроковий План дій щодо

підтримки розвитку соціальних підприємств [10]., ключових зацікавлених сторін у соціальній економіці та соціальних інновацій. Цей документ пропонує три напрями підтримки, зокрема:

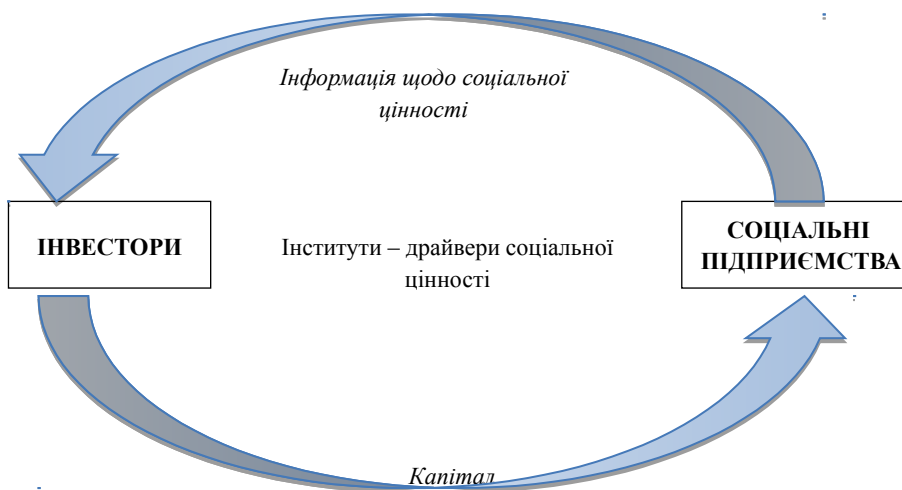
- 1) сприяння розширенню доступу соціальних підприємств до фінансування;
- 2) підвищення рівня видимості соціального підприємництва.
- 3) забезпечення сприятливого правового середовища для соціальних підприємств

Аналіз цього плану дій свідчить, що розвиток соціального підприємництва є можливим лише у разі формування відповідних умов та середовища, передусім інституційного. У переліку заходів особливо варто звернути увагу на тих, що стосуються інституційних аспектів. По-перше, передбачено формування інституцій регулювання (розроблення європейської регуляторної бази для фондів соціальних інвестицій), заохочення розвитку мікрокредитування в Європі, зокрема шляхом вдосконалення відповідної законодавчої та інституційної бази.

Предбачені дії щодо створення інформаційних, консалтингових посередників, своєрідних інститутів підтримки, які є вкрай необхідними на нинішньому етапі, зокрема створення повного реєстру соціальних підприємств у Європі з метою вивчення передового досвіду, створення публічної бази даних сертифікатів, що застосовуються до соціальних підприємств у Європі, допомога національним та регіональним урядам запроваджувати заходи для підтримки, стимулювання та фінансування соціальних підприємств, створення багатомовної платформи для обміну інформацією для соціальних підприємців, бізнес-інкубаторів та кластерів, а також соціальних інвесторів. Усі ці заходи мають на меті збільшення обізнаності щодо програм ЄС для підтримки соціальних підприємців та полегшення отримання фінансування.

Для забезпечення сприятливого правового середовища для соціальних підприємств передбачається створення правового статусу для європейських фондів, а також спрощення багатьох процедур. Так, передбачено спрощення правил щодо юридичного визнання Європейської спілки кооперативів та правил виділення державної допомоги для надання соціальних та послуги, що фактично є підтримкою багатьох соціальних підприємств.

Отже, можна зробити висновок, що наразі на європейському рівні докладаються значні зусилля щодо створення сприятливого для розвитку соціального підприємництва інституційного середовища. Рисунок 2 ілюструє потребу в інституційній основі розвитку соціального сектора.



*Рисунок 2 – Інститути соціальної економіки як драйвери соціальної цінності
(авторська розробка)*

Інститути сьогодні – це не просто надбудова, «зайвий» елемент. Це є обов'язкова складова організації економічних відносин, адже інститути спрощують та полегшують обмін інформацією та капіталом, а отже, зменшують трансакційні витрати.

Процес інвестування відбувається у випадку, якщо інвестори вважають потенційний об'єкт інвестування недооціненим. Тому інформація щодо вартості цього об'єкта є наразі ключовим фактором формування потоків капіталу. Уже сьогодні існує нова когорта інвесторів, які готові поєднувати фінансові прибутки з соціальним впливом, попри довгострокові перспективи окупності. Є також посередники, кількість яких постійно збільшується, що допомагають інвесторам знаходити та інвестувати у соціально привабливі підприємства. Однак цей ринок є фрагментарним, дещо структурно «перекошеним» відповідно до переваг інвесторів. Тобто капіталом все ще рухає бачення інвестора, а не соціальна цінність.

Тому, коли мова йде про розвиток соціального підприємництва, ми зможемо говорити про його повноцінне функціонування в умовах розвинених «соціально спеціалізованих» сегментів фінансового ринку у разі наявності інтеграції оцінювання соціальної цінності. Тобто вбудувати у ринкові механізми соціальні стандарти та інформацію щодо соціальної цінності означає зробити їх частиною формальної інфраструктури ринку. Це дозволить широкому колу інвесторів включати відповідні оцінки у прийняття рішень.

ВИСНОВКИ

Поєднання соціальної мети та підприємницьких здібностей є рушійною силою, що перетворює успішну соціальну ініціативу підприємців-засновників у підприємство нового типу, діяльність якого стосується суспільного інтересу та збалансована за соціальним та економічним виміром. Соціальні підприємства, керуючись соціальною місією, часто мають більші труднощі у доступі до фінансування порівняно з суто комерційними представниками малого і середнього бізнесу. Стійкість цих підприємств визначається не лише фінансовими результатами, але й соціальною віддачею, оцінка якої є досить складним завданням. Ця оцінка є недостатньо розробленою, а отже, методики оцінювання потенційними інвесторами не передбачають включення соціальних результатів до переліку факторів стійкості соціального підприємництва.

Очевидно, що соціальна цінність стосується більш широкого, нефінансового впливу проектів та програм. Цей вплив має величезний масштаб (добробут окремих осіб, соціальних груп, екологічні результати тощо). Саме такий масштаб та характер результатів (так звані «м'які результати») зумовлюють надзвичайну складність вимірювання. Проте вони ж і зумовлюють надважливість цього завдання, що підтверджується заходами, уже реалізованими на європейському рівні. Мова йде про значний блок інформаційної підтримки соціальних підприємств.

Необхідно усвідомити можливості, які створюються через розвиток соціального підприємництва, причому як соціальні, так і економічні. Зокрема, створення робочих місць, посилення фінансової стійкості місцевих громад, підвищення доходів найбільш незахищених верств населення, розширення їх професійних умінь та навичок для подальшого працевлаштування тощо).

SUMMARY

The article gives a theoretical analysis of social entrepreneurship concept, outlines the economic, social and legal criteria which give an opportunity to distinguish this type of entrepreneurial activity from others based on European Union experience of the in stimulating the development of social enterprises. The necessity of development of institutes as drivers of social value (institutions of regulations and institutions of support) is substantiated.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Жохова В. В. Социальное предпринимательство: концепция, сущность и значение // Современная конкуренция. – 2015. – Том 9. – №4(52). – с. 77–99.
2. Arjan Keizer, Audrey Stickers, Hagar Heijmans, Robert Carsouw, Wouter van Aanholt. Scaling the impact of the social enterprise sector. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.social-enterprise.nl/files/9314/7809/5072/Scaling-the-impact-of-the-social-enterprise-sector.pdf>
3. Balancing financial risk and social return // Charities Aid Foundation. 2008. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/venturesomebalancingfinancialrisksocialreturnmay2008.pdf>
4. Fergus Lyon, Rob Baldock Financing social ventures and the demand for social investment. Third Sector Research Centre. – Working Paper 124. – 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.birmingham.ac.uk/generic/tsrc/documents/tsrc/working-papers/working-paper-124.pdf>
5. Financing Social Enterprise Growth. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.impactventuresuk.com/wp-content/uploads/2015/06/E3M_Financing-Growth_May-2015.pdf
6. Financing Social Enterprises in the UK / The Social Investment Consultancy. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tsiconsultancy.com/wp-content/uploads/2012/04/Financing-Social-Enterprises-Mar-2011.pdf>
7. Policy Brief on Scaling the Impact of Social Enterprises Policies for social entrepreneurship [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/cfe/leed/Policy-brief-Scaling-up-social-enterprises-EN.pdf>
8. Social economy and social entrepreneurship Social Europe guide Volume 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/social-economy-guide.pdf>
9. Social Enterprise UK The State of Social Enterprise Survey 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://socialenterprise.org.uk/public/uploads/editor/SEUK_StateofSocialEnterprise_FINAL_WEB.pdf
10. Social enterprises // European Commission. Social economy in the EU. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en
11. Weber, C., Kröger, A. and K. Lambrich, “Scaling Social Enterprises: A Theoretical Grounded Framework”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Vol. 32/19, 2012, Art. 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://digitalknowledge.babson.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2569&context=fer>

Надійшла до редакції 25 серпня 2017 р.