

УДК 334.722:364.016

Наумова М.О.

*аспірант кафедри управління персоналом та економіки праці
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

СУЧАСНИЙ СТАН СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано стан соціального підприємництва (СП) в Україні на основі результатів власного соціологічного дослідження. Результати дослідження підтвердили позитивні висновки, що соціальні підприємства отримують стійкий комерційний ефект завдяки продажу товарів і надання послуг, і є самоокупними для систематичної реалізації соціальної місії, орієнтованої на підвищення якості життя суспільства, надання допомоги соціально незахищеним групам населення та створення сприятливих умов праці для працівників. Зроблено висновок про необхідність у обґрунтованій державній підтримці СП в Україні, що надасть імпульс до його розширення.

Ключові слова: соціальне підприємництво (СП), соціальні підприємства, якість життя населення, метод якісного аналізу, державна підтримка.

Наумова М.А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

В статье проанализировано состояние социального предпринимательства (СП) в Украине на основе результатов собственного социологического исследования. Результаты исследования подтвердили положительные выводы, что социальные предприятия получают устойчивый коммерческий эффект благодаря продаже товаров и услуг, и являются самоокупаемыми для систематической реализации социальной миссии, ориентированной на повышение качества жизни общества, оказание помощи социально незащищенным группам населения и создание благоприятных условий труда для работников. Сделан вывод о необходимости в обоснованной государственной поддержке СП в Украине, что даст импульс к его расширению.

Ключевые слова: социальное предпринимательство (СП), социальные предприятия, качество жизни населения, метод качественного анализа, государственная поддержка.

Naumova M.O. CURRENT STATE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

The article analyzes the state of social entrepreneurship (SE) in Ukraine based on the results of own sociological research. The study confirmed positive conclusions that social enterprises receive a sustainable commercial effect through the sale of goods and services and are self-supporting for the systematic implementation of a social mission aimed at improving the quality of life of society, providing assistance to socially vulnerable groups of population and creating favorable working conditions for workers. The corollary of this analysis is the need for the substantiated government support to SE in Ukraine, that will give an impetus to its expansion.

Keywords: social entrepreneurship (SE), social enterprises, the quality of life of the population, the method of qualitative analysis, government support.

Постановка проблеми. СП розвивається у відповідь на зміни, що торкаються системи соціального забезпечення населення. Операційна діяльність соціальних підприємств зумовлена прагматичними та інноваційними бізнес-моделями, які ставлять за мету змінити конфігурацію вирішення соціальних проблем для створення стійких соціальних цінностей.

Розуміння того, що ефективно функціонування СП впливає на якість життя як окремої особистості, так і всього суспільства, визначає необхідність вивчення його особливостей, сфер діяльності та сучасних тенденцій розвитку.

Однією з основних перешкод глибокого вивчення соціального та економічного впливу СП на якість життя населення різних країн світу є відсутність актуальних, репрезентативних і порівнянних даних про структуру СП у міжнародному масштабі. Реалістична кількісна оцінка СП необхідна для того, щоби показати на науковому рівні існування моделі СП на практиці, яка відрізняється від моделі комерційного підприємництва, домінуючої у світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведений нами аналіз науково-фахових публікацій, які висвітлюють проблеми СП дозволив дійти таких висновків. У більшості фахових наукових статей відсутні емпіричні частини, у той час як ті, які містять емпіричні висновки отримані на підставі використання методів якісного аналізу [1-6]. Успішні практики діяльності соціальних підприємств та аналітичні огляди доволі часто застосовуються для ілюстрації теоретичних концепцій СП, але водночас не мають нічого спільного з усталеними принципами побудови обґрунтованої наукової теорії. Не викликає

сумніву той факт, що аналітичні огляди експертів та інші форми методів якісного аналізу є важливим інструментом для аргументації розв'язку наукової проблеми, але у випадку їх застосування в поєднанні з виконанням аналізу статистичних даних.

За приблизними оцінками експертів соціальних підприємств в Україні у 2016 році налічувалося близько 700 (з яких 290 були створені громадськими організаціями людей з інвалідністю), попри це 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 участь лише 73 соціальних підприємства, які ідентифікували себе як такі [7].

Ми стверджуємо, що методологічно подальше використання в аналізі для покращення забезпечення репрезентативності статистичної вибірки таких джерел інформації, як аналітичні огляди експертів, інтерв'ю, анкетування респондентів та антропологічні дослідження, сприяє поліпшенню наукових теоретичних доробків у сфері СП, тому що в цій науковій сфері досі не зібрано достатніх за обсягом та часовим періодом статистичних масивів даних для здійснення масштабних досліджень із використанням методів кількісного аналізу.

Постановка завдання. Завдання дослідження полягає в аналізі основних чинників що визначають стан СП в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нами були проведено соціологічне дослідження соціальних підприємств в Україні із застосуванням методу анкетування керівників. Анкети, що включає список

запитань для опитування керівників підприємств, були надіслані на адреси електронних скриньок соціальних підприємств разом із відповідними поясненнями, які представляють мету опитування. Метою соціологічного дослідження є вивчення стану СП в Україні з подальшим визначенням способів надання йому підтримки. Анкетування спрямоване на краще розуміння соціальних підприємств. Приділяється особлива увага їх потребам, підприємницькому та соціальному характеру діяльності, а також тому, які соціальні цінності вони створюють.

Респондентами стали керівники (директор, заступник) 62 соціальних підприємств, які ідентифікувалися в даному статусі зовнішніми експертами школи соціальної роботи ім. професора В. І. Полтавця Національного університету «Києво-Могилянська академія». Дане дослідження не є репрезентативним, бо генеральна сукупність соціальних підприємств на поточний момент достовірно не відома, проте воно відображає основні тенденції розвитку цього явища. Респонденти кожного соціального підприємства могли зазначити будь-яке число варіантів відповіді в відведених місцях анкети.

Велика частина підприємств, керівництво яких було нами проанкетовано, досить недовго представлені на ринку – до 5 років. Найбільша кількість (сплеск) реєстрації підприємств відзначений в період 2015-2016 рр.

У табл. 1 представлені критерії, за якими респонденти відносять свої підприємства до соціальних. Соціальні підприємці опираються на принципи самоопитності, фінансової стійкості та інноваційності підходів у виробництві товарів і наданні послуг для підвищення якості життя цільової аудиторії. До інших відповідей відносилось спрямування прибутку на соціальні програми згідно Статуту громадських організацій, які були ініціаторами створення соціальних підприємств. Ключова перевага соціальних підприємств – бути здатними вирішувати соціальні проблеми за рахунок власних доходів – підтверджується позитивними відповідями респондентів щодо здійснення господарської комерційної діяльності (71 % підприємств від загальної вибірки). Лише 2% соціальних підприємців здійснюють інноваційну діяльність.

Для прикладу наведемо місію соціального підприємства «Творчий магазин-майстерня Сімейка», яка полягає у покращенні якості життя родин віддалених сільських регіонів Херсонщини через створення нових робочих місць для жінок, внутрішньо-переміщених осіб, сімей, що знаходяться в складних життєвих обставинах, сільської молоді, а також підтримка програм регіонального та місцевого розвитку Громадської організації «Центр сімейного добробуту».

Результати опитування показують, що СП характеризується різноманітністю напрямів діяльності, яка прописана в їх статутних документах. Основними напрямками діяльності соціальних підприємств є:

- забезпечення зайнятості людей з особливими потребами, економічно активних людей старшого віку, в т. ч. пенсіонерів, жінок, які мають дітей та не реалізували повною мірою свій професійний потенціал, випускників дитячих будинків, безхатченків, а також осіб, звільнених з місць позбавлення волі, осіб, які перебувають у важкій життєвій ситуації, людей пенсійного віку, а також продовження активного довголіття;

- надання соціальних послуг: сприяння професійному навчанню; соціалізація і ресоціалізація незахищених прошарків населення; соціальне обслуговування громадян; послуги охорони здоров'я, фізичної культури і масового спорту; проведення занять в дитячих і молодіжних гуртках, секціях, студіях; надання психологічної допомоги постраждалим в результаті військових конфліктів і вимушеним переселенцям; забезпечення культурно-просвітницької діяльності; надання психологічних й юридичних консультацій; освітні послуги; реінтеграційна допомога;

- виробництво соціально важливих товарів;
- захист довкілля.

У табл. 2 представлені в процентному співвідношенні кількості підприємств за різними напрямками їх діяльності, при цьому значна частина підприємств є багатопрофільними.

Як приклад соціального підприємства в Україні, наведемо ресторан «Urban Space 100» в Івано-Франківську. Цілями діяльності ресторану є [8]:

Таблиця 1

Критерії віднесення підприємств до соціальних

1	Місія підприємства – підвищення якості життя цільової аудиторії	96,8%
2	Визначена частка прибутку спрямовується на реалізацію соціальних та екологічних цілей підприємства	95,2%
3	Здійснення підприємницької діяльності задля вирішення соціальних проблем	91,9%
4	Покращення соціально-економічного стану в місцевості, де проживають Ваші цільові споживачі	88,7%
5	Прибуток не розподіляється між власниками підприємства, виручка розподіляється на зарплату усіх працівників та реалізацію цілей підприємства	80,6%
6	Підприємство працевлаштовує та допомагає соціально вразливим прошаркам населення	74,2%
7	Інше	32,3%

Джерело: складено за результатами авторського соціологічного дослідження

Таблиця 2

Напрями діяльності соціальних підприємств за Статутом

1	Залучення до соціально-активної діяльності соціально незахищених груп населення, включаючи зайнятість і професійне навчання	97%
2	Надання послуг оздоровчо-спортивного характеру	93 %
3	Виробництво соціально важливих товарів	84%
4	Надання послуг з благоустрою території	32%
5	Інше	16%
6	Соціальний туризм	8%
7	Надання послуг зі збирання, вивезення, утилізації та переробки відходів	5%

Джерело: складено за результатами авторського соціологічного дослідження

- створення, прозорого цільового фонду, призначеного для фінансування соціальних стартапів та проєктів, спрямованих на розвиток міста;

- створення фізичного майданчика для активізації проактивного кластера міста, що дає імпульс ініціативам та зберігає динаміку їх розвитку;

- об'єднання ста людей практичного інтелекту, готових інвестувати у проєкт та розподіляти кошти на фінансування інших ініціатив.

Соціальне підприємство «Миті» створюють можливості для самореалізації та фінансової самостійності людей з особливими потребами (ВПО, СЖО, ЛЖВ) шляхом працевлаштування на підприємство, 10% від прибутку щомісяця перераховуються на різноманітні соціальні ініціативи. Успіх підприємства полягає в тому, що вони допомогли матеріально 23-ом людям, реалізували 4 соціальні колективні заходи по допомозі жінкам похилого віку, ВІЛ-позитивним дітям, стали співорганізаторами одного студентського конкурсу краси, придбали пробірки для Центра СНІДу і організували багато інших соціальних ініціатив [9].

За шість років діяльності соціального підприємства «Горіховий дім», клієнтками «Центру інтегральної опіки для жінок», який фінансується за рахунок їх підприємницької діяльності, стали близько 90 жінок, 80% з яких успішно пройшли програму інтеграції і повернулися до звичних, а не кризових, умов життя [10].

Соціальні підприємства «Барвіста» (займаються виготовлення одягу, еко-торбинок, ланч-бегів на замовлення брендів та вишивкою домашнього текстилю й одягу) та «Рукомисли» (допомагають людям у кризових життєвих ситуаціях (безробітні, жертви торгівлі людьми, учасники АТО, ВПО тощо) шляхом залучення до трудової і арт-терапії та сприяння у працевлаштуванні), створено в рамках проєкту «Запобігання торгівлі людьми в Україні шляхом посилення економічних можливостей представників груп ризику», який впроваджується Координатором проєктів ОБСЕ в Україні у співпраці з Міністерством соціальної політики України за фінансової підтримки уряді Канади, Норвегії та США. Соціальним продуктом підприємства «Барвіста» є [11]:

- отримані практичні навички та працевлаштовані випускниці ПТУ за професією «кравець», «швачка», «закрійник», які не мали практичного досвіду роботи;

- надання безкоштовної психологічної, юридичної допомоги жінкам, що перебувають у кризових ситуаціях і проведення освітніх та соціальних програм для населення фахівцями ЖКЦ на безоплатній основі.

До складу підприємства «Рукомисли» входить майстерня з обробки деревини та майстерня з в'язання та розпису по тканині. Вони навчають працівників для отримання ними навичок роботи з деревом, вовною, малювання батиком. Крім професійного орієнтування надають психологічну та юридичну підтримку [12].

Усі соціальні підприємства реалізують свої товари та/або послуги виключно в Україні, а саме в регіонах, у межах яких знаходиться їх підприємство, а 56 % підприємств також й в інших регіонах України.

Аналіз особистих характеристик респондентів наведено у табл. 3, що включає вікові, статеві ознаки та рівень освіти керівників. Більшість респондентів становлять чоловіки (серед директорів – 53,2 %, заступників – 58,9 %). Вік респондентів помірно змінюється, однак соціальних підприємців у віці до 34 років більше, найменше представників старшого покоління. Наймолодший респондент – 22 роки, а найстаршому 78 років. Рівень освіти виявився вельми високий – більшість мають повну вищу освіту (85,5% і 80,4%), що говорить про їх високий інтелектуальний потенціал, соціальну активність і прагнення до навчання.

Структура мотивів соціальної підприємницької діяльності у керівників (табл. 4) спрямована на досягнення суспільно значущих цілей, а не свого матеріального благополуччя. Домінуючими мотивами, що представляють сутнісні особливості соціальних підприємців, є початкова націленість на вирішення нагальних соціальних проблем, підвищення якості життя як певних категорій, так і населення загалом. Серед інших мотивів респонденти виокремили бажання бути корисним суспільству, змінювати світ на краще, прагнення займатися добродійними справами, реалізовувати нові ідеї тощо.

СП притаманна найважливіша перевага і можливість – це внутрішня мотивація до роботи. Соціальні підприємства створюються для реалізації визначених соціальних цілей, їх не потрібно змушувати та мотивувати до виконання своєї соціальної місії. У більшості випадків вони готові працювати виключно за

Таблиця 3

Загальна кількість респондентів1

Загальна кількість опитаних керівників	З них жінок	З повною вищою освітою	У віці до 34 років	У віці 35–49 років	У віці 50–59 років	У віці старше 60 років
62 директора	46,8 %	85,5 %	54,8 %	30,6 %	12,9 %	1,7 %
51 заступник	41,1 %	80,4 %	60,8 %	29,4 %	9,8 %	-
Середнє значення	43,95	83 %	57,8 %	30 %	11,4 %	0,8 %

Джерело: складено за результатами авторського соціологічного дослідження

Таблиця 4

Основні мотиви здійснення соціальної підприємницької діяльності

1	Вирішувати нагальні соціальні проблеми	98,4%
2	Підвищувати якість життя певних категорій населення	96,8%
3	Підвищувати якість життя населення України	93,6%
4	Бути соціально відповідальним	90,3%
5	Підвищувати якість життя своєї місцевості	85,5%
6	Допомагати конкретним людям (наприклад, учасникам АТО, внутрішньо переміщеним особам тощо)	80,6%
7	Інше	9,7%

Джерело: складено за результатами авторського соціологічного дослідження

ідею, підвищувати якість життя населення або окремих категорій.

Кадрова політика соціальних підприємств представлена як відсоток підприємств, що працевлаштовують ту чи іншу категорію працівників: внутрішньо переміщених осіб (80,65%), жінок, які опинилися у скрутному становищі (74,19%), молодь без вищої освіти, яка шукає перше робоче місце (56,45%), студентів (45,16%), осіб, у яких обмежена працездатність і які зацікавлені в роботі на гнучких умовах (38,71%), пенсіонерів (32,26%), учасників АТО (29,03%). Зазначимо, що на більшості підприємств чисельність працівників не перевищує десяти. Мала чисельність пояснюється тим, що підприємства є відносно молодими, а отже мають нестабільний фінансовий стан для виплати заробітної плати більшій чисельності працюючих. Соціальні підприємства працевлаштовують також й осіб, які не належать до соціально вразливих категорій населення, респонденти дали відповідь у рядку «інші» (відповіло 90,32% керівників). Для здійснення цілей статутної діяльності підприємств були залучені також і волонтери (відповіло 38,7% керівників), що дозволяє частину робіт здійснювати з меншими витратами.

Основна цільова аудиторія збігається майже для всіх досліджених соціальних підприємств. Найчисленнішими цільовими групами населення є: населення міста, області й України, де знаходиться соціальне підприємство (90,32%, 75,81% і 64,52% відповідно відповіло керівників), жінки з дітьми та внутрішньо переміщені особи (80,65% і 72,58%), потім люди з особливими потребами (54,84%), інваліди (48,39%), пенсіонери (32,26%), учасники АТО (29,03%), молодь без вищої освіти (25,81%), інші представники цільової аудиторії (16,13%), колишні ув'язнені (4,34%).

Згідно з результатами опитування грошові кошти підприємств для фінансування їх діяльності формуються переважно за рахунок виручки від реалізації товарів і послуг, грантів міжнародних фондів, благодійних внесків (зазначені респондентами у рядку «інші джерела») (наведено на рис. 1). Отже, більшість підприємств має декілька джерел фінансування діяльності, а саме виручку та міжнародні гранти. Така фінансова політика соціальних підприємств

сприяє підвищенню платоспроможності підприємства, а отже дозволяє розвивати діяльність в умовах мінливої ринкової кон'юнктури.

Результати нашого дослідження також підтверджують, що 35% підприємств більшу частину прибутку (від 60 до 79%) спрямовують на реалізацію соціальних та екологічних цілей відповідно до місії (рис. 1). Більше 80% прибутку спрямовують сімнадцять підприємств (27%).

Важливим завданням даного дослідження є оцінювання соціального впливу результатів діяльності соціальних підприємств. Опитування показало, що лише 51,6% респондентів вимірюють соціальний вплив переважно через відгуки про їх діяльність, підрахунок чисельності задоволених осіб, які отримали соціальні послуги та кількості проведених заходів тощо. Результати дослідження показали, що через брак фінансових коштів, відсутність уніфікованих показників оцінки соціального впливу результатів діяльності соціальних підприємств і підготовлених кадрів, переважна більшість соціальних підприємств не вбачають можливим наразі проводити моніторинг такого впливу.

Цікавим видається досвід соціального підприємства «Творчий магазин-майстерня Сімейка», який розробив Стратегічний план розвитку свого підприємства до 2020 року. В цьому плані є Моніторингова стратегія з індикаторами оцінки результатів діяльності підприємства, а саме: кількісні та якісні показники, фінансові показники як діяльності підприємства, так і росту доходів працюючих, соціальний вплив, проміжні результати впливу на цільову групу (економічні, соціальні, психологічні тощо).

Соціальне підприємство «Турклуб Манівці» на своєму сайті розміщує щорічні звіти про кількість проведених соціальних заходів та чисельність їх учасників, а в майбутньому планує провести соціальний аудит.

Соціальні підприємства (58%) проводять якісне оцінювання рівня задоволеності працівників умовами праці та якістю наданих їм соціальних послуг шляхом регулярних опитувань персоналу і спілкувань у вільній формі з кожним працівником.

У процесі опитування керівниками були відзначені низка побажань та озвучені потреби в підтримці діяльності своїх підприємств:

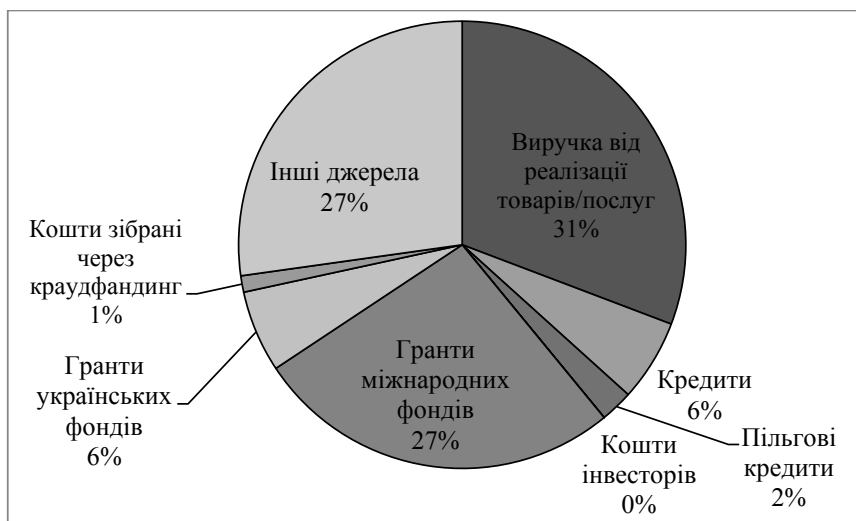


Рис. 1. Джерела фінансування СП

Джерело: складено за результатами авторського соціологічного дослідження

- надання фінансової допомоги в діяльності підприємства;
- надання інформаційної підтримки на краудфандингових платформах, а також організаційна допомога в підготовці документів на отримання грантів та для отримання доступу до міжнародних програм;
- програми підтримки на чесній конкурентній основі;
- підвищення рівня свідомості і відповідальності організацій-посередників між донорами і соціальними підприємцями;
- надання соціально активним громадянам більше можливостей для реалізації своїх проєктів, ідей і цілей;
- підтримка соціальних ініціатив органами державної та місцевої влади.

Респонденти відповіли, що соціальне підприємство в їх регіонах підтримується та розвивається виключно завдяки громадянам з активною життєвою позицією.

Загалом соціальні підприємці позитивно ставляться до державної підтримки СП, що полягає у введенні для них додаткових податкових пільг, наданні доступного фінансування та субсидій.

Для активізації СП в Україні необхідно формування державою підтримуючого інституційного середовища через:

- прийняття норм і закону, а також запровадження реєстру, що у комплексі забезпечать соціальним підприємцям статус і преференції (субсидії, податкові пільги, державні закупівлі);
- доступ до фінансових ресурсів (програми фінансової підтримки);
- інформаційне просування через створені регіональні центри СП, які дозволять забезпечити доступність й різноманіття інформації.

Висновки з проведеного дослідження. Відсутність повноцінної скоординованої звітності соціальних підприємств є перешкодою у сформуванні загального й реального портрету СП в Україні. Проте, учасники опитування демонструють готовність інвестувати власний час і сили в соціальну діяльність для підвищення якості життя окремих категорій й населення загалом. Дослідження підтвердило позитивні висновки, що соціальні підприємства отримують стійкий комерційний ефект, внаслідок продажу товарів і

надання послуг, і є самоокупними для систематичного виконання соціальної місії. Даний факт показує відмінність СП від благодійництва, що зосереджений виключно на фандрейзингу та інших фінансових ресурсах зовнішньої підтримки, а від соціально відповідального бізнесу його відрізняє стійка і систематична реалізація встановлених соціальних цілей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Yeasmin N. The Sociopolitical Determinants of Social Entrepreneurship Action: A Qualitative Analysis / N. Yeasmin, R. Kemppainen-Koivisto // *South Asian Journal of Business and Management Cases*. – 2017. – Vol. 6. – №. 1. – P. 47-60.
2. Fernandes V. A Qualitative Analysis of Social Entrepreneurship Involving Social Innovation and Intervention / V. Fernandes, A. C. Moreira, A. I. Daniel // *Handbook of Research on Entrepreneurial Development and Innovation Within Smart Cities*. – IGI Global, 2017. – P. 417-438.
3. Braga J. C. Motivations for social entrepreneurship—Evidences from Portugal / J. C. Braga, T. Proenca, M. R. Ferreira // *Tékhné*. – 2014. – Vol. 12. – P. 11-21.
4. Mastrangelo L. M. How Social Entrepreneurs can Influence their Employees' Commitment / L. M. Mastrangelo, D. G. Benitez, S. Cruz-Ros // *Journal of Promotion Management*. – 2017. – P. 1-12.
5. Costanzo L. A. Dual-Mission Management in Social Entrepreneurship: Qualitative Evidence from Social Firms in the United Kingdom / L. A. Costanzo et al. // *Journal of Small Business Management*. – 2014. – Vol. 52. – №. 4. – P. 655-677.
6. Грішнова О. А. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні / О. А. Грішнова, Г. Ю. Міщук // *Демографія та соціальна економіка*. – 2013. – № 2 (20). – С. 167-178.
7. Соціальне підприємство в Україні: звіт за результатами довартоження / Н. Гусак, В. Кузнецова, Т. Стеценко. – К.: Pact, Inc., Western NIS Enterprise Fund, Школа соціальної роботи НаУКМА, ГО «Молодіжний центр з трансформації соціальної сфери «СОЦ|УМ XXI» 2016. – 45 с.
8. Urban Space 100 – приклад соціального підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://warm.if.ua/projects/urban-space-100>
9. Миті – Соціальне підприємство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: myti.com.ua/
10. Соціальне підприємство «Горіховий дім» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://walnut.house/>
11. Соціальне підприємство «Барвіста» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wicc.com.ua/sotsialne-pidpryemstvo-barvysta/>
12. Соціальне підприємство «Рукомисли» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rukomyly.com.ua/>