

та установ комунальної власності, а органи місцевого самоврядування можуть забезпечити надання якісних публічних та комунальних послуг.

*Література:*

1. Звіти про виконання плану доходів і видатків бюджетів сіл Тернопільського району за 2015 рік.

2. Звіт про виконання сільського бюджету за 2016 рік. URL: <https://bsr1653.gov.ua/zvit-pro-vikonannya-silskogo-bjudzhetu-za-2016rik-12-56-09-18-04-2017/>.

3. Казюк Я. 20 лідерів ОТГ та що є визначальним критерієм для сталого розвитку громад. URL: <http://decentralization.gov.ua/news/5981>.

**Скобляк Тетяна Ігорівна**

*Студентка четвертого курсу факультету фінансів  
Тернопільського національного економічного університету*

**Жданюк Сніжана Анатоліївна**

*Студентка четвертого курсу факультету фінансів  
Тернопільського національного економічного університету*

**Науковий керівник: Сидор Ірина Петріна**

*К.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів ім. С. І. Юрія  
Тернопільського національного економічного університету*

**РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ:  
МОЖЛИВОСТІ ЗАПОЗИЧЕННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ**

Розвиток соціального підприємництва бере свій початок ще з другої половини минулого століття. Особливо інтенсивна еволюція даного виду діяльності спостерігається сьогодні, у період загострення соціально-економічних проблем у всьому світі. Здебільшого, усі провідні країни світу вже запровадили таку форму підприємництва, хоч і трактують та розвивають її по-різному. Якщо аналізувати зарубіжні концепції соціального підприємництва, то основна їх відмінність полягає у впливі держави в розвиток та діяльність соціального підприємництва. Так, найбільш поширеними моделями соціального підприємництва у світі є [2, с. 108]:

1. Модель соціального підприємництва країн Північної Європи (Бельгія, Норвегія, Швеція, Нідерланди) характеризується активною підтримкою з боку держави.

2. Модель соціального підприємництва США, Канади, Японії передбачає регулювання своєї діяльності на рівні підприємств і організацій, а також активне використання благодійництва.

3. Модель соціального підприємництва країн Центральної Європи (Австрія, Німеччина, Франція) відрізняється адресними соціальними програмами і бізнес-проектами.

4. Модель соціального підприємництва Великої Британії відзначається значними соціальними інвестиціями.

Активне використання соціального підприємництва у ряді країн світу протягом останнього десятиліття вказує на поступове стирання різниці між окремими моделями, а кожна країна старається поєднати в собі ефективний досвід інших. Щодо організаційно-правової форми соціального підприємництва у світі, то вона може бути різною, однак найпоширенішою є кооперативи.

Соціальне підприємство, як особливий вид підприємницької діяльності, було «легалізовано» та підтримувалось з боку держави у Європі ще майже тридцять років тому. Так, ще у 1991 році парламент Італії прийняв закон, що регламентував діяльність «соціальних кооперативів». Відповідно до даного законодавчого акту, основна мета соціального підприємництва полягала у пошуку спільного інтересу громади до суспільних проблем та соціальній інтеграції членів громади за допомогою здійснення різних видів діяльності (промислової, підприємницької і т.д.) для працевлаштування соціально незахищеного та знедоленого населення (працюють в основному у напрямках ремесла, прибирання, сільського господарства, столярної діяльності), а також управління послугами у сфері охорони здоров'я, освіти та соціального забезпечення (будинки проживання, дитячі ясла, терапевтичні спільноти, допомога вдома).

В Іспанії, Бельгії, Франції, Португалії та Греції діяльність соціальних підприємств здійснюється у формі кооперативів на законодавчій основі. Характерними рисами їх діяльності є обов'язковий розподіл акцій компанії між її волонтерами та засновниками, а також демократична форма правління.

В Іспанії широко відомими є Мандрагонські кооперативи. Вони мають власний університет, інститути, школи, дитячі садки. Підприємства створили банк під назвою «Робоча каса», який надає кооперативам

кредити та входить до найкращих у Європі за якістю обслуговування [3, с.81].

Робота соціальних підприємств також легалізована в Угорщині, Словацькій Республіці, Литві, Словенії Чеській Республіці та Польщі (Польський парламент прийняв закон «Про соціальні кооперативи» у 2006 році). У країнах ЄС соціальні підприємства трактують як «кооперативи соціальної солідарності» (Португалія), «кооперативи соціальних ініціатив» (Іспанія), «компанії соціальної мети» (Бельгія), «соціальні кооперативи колективної власності» (Франція).

Парламент Великобританії надав роботі соціальних підприємств (або «компаніям, що працюють в інтересах громади» – social interest companies) законного підґрунтя у 2004 році. В даній країні на соціальних підприємствах, загальний оборот яких становить 27 мільярдів фунтів стерлінгів, працює 62 тисячі людей (3,3% усього населення). Лівова частка соціальних підприємств у Великобританії є середніми або малими (у їх діяльності залучено до 10 людей). Окрім того, такий вид діяльності притаманний для депресивних районів з великою кількістю осіб, що потребують матеріальної допомоги від держави, як правило, це малозабезпечені категорії громадян [4, с. 17].

Щодо американського досвіду соціального підприємництва, то воно має більш ліберальний характер: якщо у Європі в основу соціального підприємництва покладено кооперацію, то у США соціальні підприємства формуються на основі вкладів засновників під низький відсоток, без відсотка, на умовах повернення частини суми або у формі програмно-орієнтованих інвестицій також з мінімальним поверненням.

Останнім часом соціальне підприємництво та пов'язані з ним соціальні інновації в США розвиваються по-особливому бурхливо: заради їх підтримки США не лише приймають законодавчі акти, але створюють окремі відомства, організовують масштабні грантові конкурси та навіть розкривають державні таємниці. У таблиці 1 подано порівняльну характеристику діяльності соціальних підприємств США та країн Європейського Союзу [1].

Найчастіше основним видом діяльності соціального підприємства є небанківські спеціалізовані фінансові інститути, такі, як кредитні спілки. Наприклад, АТ «ERSTE-банк» 60 відсотків прибутку спрямовує на соціальні цілі. Основою його діяльності є надання пільгових кредитів авторам найкращих соціальних програм у британському пілотному проекті підтримки соціального підприємництва в Україні, Сербії та

Хорватії. Окрім того, фінансову підтримку можуть надавати загальнодержавні, місцеві або ж регіональні об'єднання соціальних підприємств та приватні фонди і т. д. Іноді в цій ролі можуть виступати банки.

*Таблиця 1*

**Порівняльна характеристика діяльності соціальних підприємств в країнах ЄС та США**

<b>Країни ЄС</b>	<b>США</b>
Акцент на колективній власності або управлінні соціальними підприємствами членами громади чи спільноти.	Акцент зроблено на індивідуальному управлінні, наявності лідера, пошуку інноваційних та унікальних шляхів вирішення соціальних проблем.
Особливу роль відіграє демократичне управління, участь акціонерів у розподілі прибутку та наявність наглядових рад.	Відсутність конкретних нормативів та вимог щодо юридичного статусу і методів управління соціальним підприємством.
Головна мета: досягнення соціальної місії (особливо в Італії та Польщі), а не отримання прибутку. СП існують за рахунок субсидій, пожертв при релігійних установах та грантів.	Головна мета: отримання прибутку, який дасть змогу у майбутньому забезпечити постійні інвестиції у соціальну сферу.
Діяльність СП справляє локальний вплив на надання суспільних послуг, характеризується малою кількістю видів послуг, зорієнтована на конкретну галузь соціальної сфери, зокрема на яку держава зменшила бюджетне фінансування.	Діяльність СП справляє глобальний вплив на надання суспільних послуг, характеризується значною кількістю видів послуг, зорієнтована на всю соціальну сферу, і не залежить від обсягу бюджетного фінансування.

*Джерело: складено авторами за даними [1]*

В Україні на сучасному етапі її соціально-економічного розвитку спостерігається повільне становлення і розвиток соціального підприємництва. Для вітчизняних соціальних підприємств корисним може виявитися досвід європейських країн, де такі підприємства на ранньому етапі своєї діяльності мають можливість отримувати різноманітні пільги, субвенції від держави та мобілізувати кошти за допомогою реклами власної соціальної діяльності у соціальних мережах Інтернет.

На нашу думку, розвитку соціального підприємництва в Україні сприятимуть такі заходи:

- інформування населення про соціальне підприємництво (через ЗМІ, у навчальних закладах, соціальних мережах і т.д.);

- створення мережі соціальних підприємств, що дасть змогу систематизувати, згрупувати та аналізувати їх діяльність;

- створення відповідного законодавчого поля щодо функціонування соціальних підприємств;

- підтримка з боку державних і місцевих органів влади. В даному контексті, на нашу думку, слід акцентувати увагу не на дотаційному характері державної підтримки, а на наданні більших можливостей соціальним підприємствам самостійно забезпечувати свою діяльність через, наприклад, зниження ставки відсотка на кредити або ж заохочення збоку держави купувати продукцію, яка є результатом діяльності соціального підприємства, допомога в оприлюдненні інформації про діяльність, безоплатній соціальній рекламі у ЗМІ результатів діяльності соціального підприємства і т.д. Такий підхід дасть змогу уникнути зловживання пільгами, що надаються державою;

- відкриття бізнес-шкіл та проведення тренінгів для стартаперів з соціального підприємництва, що дасть змогу розвинути підприємницький талант у молоді для більш ефективної реалізації інноваційних бізнес-ідей;

- підвищення кваліфікації персоналу та залучення компетентних фахівців для організації діяльності підприємства;

- розширення спектру послуг, які надаються соціальним підприємством, що дасть змогу залучити нових клієнтів;

- розширення матеріально-технічної бази, залучення нових партнерів та волонтерів.

Велика частка людських ресурсів, які наділені певними талантами та навичками, не задіяна у традиційному бізнесі, що дає можливість їх використання у соціальному підприємстві (люди з інвалідністю, учасники АТО, люди похилого віку і т.д.). Сьогодні в Україні є багато будівель, що перебувають у власності громади, однак не використовуються для суспільних цілей. Досвід зарубіжних країн демонструє нам можливість використання таких споруд для їх трансформування в офісні центри із працевлаштуванням вразливих груп населення і т.д. Для діяльності та функціонування великомасштабних компаній завжди потрібна підтримка малого бізнесу (організація заходів, кур'єрська доставка, реклама і т.д.) для зменшення поточних витрат. Саме

тому, все більше підвищується попит на такі послуги. Окрім того, особливої популярності останнім часом набула заміна грантів на стартапи. Цим компанії забезпечують собі аутсорсинг і в якійсь мірі допомагають вирішенню певної соціальної проблеми.

За останні роки українці, особливо молодь, стають все більш свідомими, та все частіше проявляє інтерес до суспільних проблем. Саме тому, наявність соціального складника спонукає споживача придбати товар та підтримати національного виробника. Відтак, кожен має змогу відчути причетність до корисної справи та, в якійсь мірі, зробити свій внесок у розвиток соціального благополуччя.

Таким чином, соціальне підприємництво, як економічне явище, дозволяє зосереджувати увагу на розв'язанні важливих соціальних проблем, креативно поєднувати та втілювати в життя соціальні та бізнес-підходи для одночасного досягнення соціальної і економічної місії. На відміну від інших напрямів економічної діяльності, соціальне підприємництво гармонійно поєднує ефективне функціонування бізнес-структур з підвищенням якості життя населення.

#### *Література:*

1. Салій І. Американський та європейський шляхи соціального підприємництва. *Громадський простір* URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/109amerykanskyi-ta-ievropeiskyi-shliakhy-sotsialnoho-pidpryiemnytstva>. (дата звернення: 28.11.2017).

2. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник: / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.

3. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку. *Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв.*: матеріали III регіон. наук.-практ. конф.; за заг. ред. В.Г. Вікторова. Д.: ДРІДУ НАДУ, 2009. С. 79–82.

4. Галушка З. І. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні. *Вісник серія Економіка*. – К.: ВПЦ «Київський національний університет» №148. 2013. С. 17.