

РОЗДІЛ 4
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОЦЕСУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ

УДК 338

Маркович Ірина

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна

Бажанова Наталія

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна

Паляниця Віктор

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Iryna Markovych

PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Nataliia Bazhanova

PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Viktor Palianytsia

PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Innovation Activity and Services Management
Ternopil Ivan Puluj National Technical University Ternopil, Ukraine

**СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ
БІЗНЕС**

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL RESPONSIBLE BUSINESS

В часи складних конкурентних тисків, які сьогодні притаманні практично усім ринкам і пов'язані із відкритістю економік, спрощенням доступу суб'єктів господарювання до ресурсів, змінам в організації бізнес-процесів, надзвичайно важливим елементом брендингу компаній стала соціальна відповідальність.

Соціально відповідальним бізнес може вважатися лише тоді, коли поряд із підприємницькою ціллю отримання прибутку існують і значні соціальні функції, які він реалізовує.

Доволі часто можна зустріти дещо сплутані дефініції соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу. Не зважаючи на фонетичну спорідненість, це є різні поняття.

Метою дослідження є внесення чіткості у визначення понять «соціальне підприємництво» та «соціально відповідальний бізнес» та аналіз цих явищ у світовій економіці.

Відповідно до положень Господарського кодексу України, підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1].

Проте, не лише прибуток може бути єдиним основним орієнтиром діяльності організації.

Головна місія соціального підприємства полягає у досягненні соціального результату, що не обов'язково поєднується із неможливістю одержання прибутку. Тобто, в основі його діяльності все таки закладено прибуткову діяльність, але чітко ідентифікується цільова спрямованість витрачання отриманого прибутку – соціально важливі проекти. Звичайно, соціальне підприємством може функціонувати і як неприбуткова організація.

Цікавим є наступне визначення [2]: “Соціальний бізнес працює як звичайний бізнес і має подібний дизайн, але головне призначення - служити суспільству. Крім того, соціальний бізнес самоокупний і окупає інвестиції своїх власників”

Можна наступним чином підходити до розуміння суті практики соціального підприємництва [3]:

- соціальне підприємництво як спосіб соціальної підтримки певних груп населення;
- соціальне підприємництво як механізм сприяння економічному розвитку, підтримки підприємництва;
- соціальне підприємництво як альтернативний державному механізм вирішення соціальних проблем; – соціальне підприємництво як соціально орієнтований бізнес.

Існують і інші підходи до розуміння мети соціального підприємництва, наприклад, наступне: «Мета соціального підприємництва – не отримання прибутку, а виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми [4].

На наш погляд, оскільки мова йде про підприємництво, отримання прибутку все ж таки залишається ціллю функціонування, проте спрямованість його використання є чіткою – часткове або повне вирішення соціальних проблем або отримання соціально значущих позитивних ефектів діяльності. Можна говорити про «зсув» місії функціонування підприємства із економічної орієнтації до соціальної.

За даними дослідників, на даний час в країні існують та застосовуються три основні форми соціального підприємництва [5] :

- некомерційні організації, що займаються підприємництвом у сфері своєї основної діяльності;
- некомерційні організації, які відкривають власні підприємства, частина доходів яких йде на фінансування їх соціальних програм;
- підприємства для людей з обмеженими можливостями: компанія звільняється від сплати податку на прибуток, якщо понад 50 % її співробітників – громадяни з обмеженими можливостями.

Очевидно, що соціальні підприємства суттєво відрізняються від благодійних організацій, у яких бізнес-складова механізму функціонування може бути присутня лише в частині розподілу отриманих фінансових ресурсів, але не в частині їх формування.

Ще однією ознакою, яка демонструє відмінність соціальних підприємств від благодійних, є фіскальне обтяження. Соціальні підприємства не лише сплачують податки у тому ж обсязі, що і підприємства без соціального «забарвлення», але й витрачають їх часто на ті напрямки, за якими спостерігаються або «провали ринку» або «провали держави».

Під соціально відповідальним бізнесом можна розуміти таку концепцію, відповідно до якої підприємство добровільно спрямовує частину своєї активності в напрямку покращення суспільства чи збереження або покращення стану навколишнього середовища, якості життя окремих соціальних груп або стану їх взаємодій. Соціальна відповідальність

бізнесу може проявлятися не тільки щодо зовнішніх для підприємства зацікавлених сторін, а й щодо власних працівників, які є частиною соціуму.

Європейський Союз, намагаючись запропонувати основу для компаній, які бажають інвестувати у сталий розвиток, опублікував у 2001 р. Зелену книгу про соціальну відповідальність підприємств [6], в якій корпоративна соціальна відповідальність визначається як: "Добровільна інтеграція соціальних та екологічних проблем компаній у їх ділову діяльність та їхні відносини із зацікавленими сторонами. Бути соціально відповідальним означає не лише повністю виконувати відповідні законодавчі зобов'язання, але й виходити за рамки та інвестувати більше в людський капітал, навколишнє середовище та відносини із зацікавленими сторонами ».

Класичне визначення корпоративної соціальної відповідальності наводить Ф. Котлер: «Корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси» [7].

Звичайно, соціальна відповідальність не заперечує отримання прибутку, а лише доповнює основну діяльність підприємства із діяльністю, яка приносить користь суспільству. Ключовим є те, що це не окремий напрям діяльності, а філософія бізнесу.

Узагалі, принципи соціальної відповідальності бізнесу (корпоративної соціальної відповідальності) намагаються впроваджувати в свою діяльність багато вітчизняних та закордонних підприємств, проте, доволі часто вони знаходять своє відображення лише епізодично у окремих проєктах, і не становлять собою загальної концепції роботи.

Соціальна відповідальність бізнесу може бути охарактеризована за 6 групами категорій (Табл.1).

Таблиця 1

Групи категорій характеристик соціальної відповідальності бізнесу та особливості їх прояву

Група категорій характеристик соціальної відповідальності бізнесу	Особливості прояву
Навколишнє середовище	Дана сфера включає екологічні аспекти виробництва, що охоплюють контроль забруднення при проведенні ділових операцій, запобігання або усунення шкоди навколишньому середовищу, що виникає в результаті перероблення та збереження природних ресурсів.
Енергія	Ця сфера охоплює збереження енергії при веденні бізнесу і підвищення енергоефективності продукції компанії.
Сумлінна ділова практика	Дана сфера стосується відносин компанії зі спеціальними групами інтересів, зокрема це стосується зайнятості та поліпшення становища меншин, жінок, представників груп з обмеженими можливостями, а також співпраця з правозахисними організаціями.
Людський ресурс	Ця сфера стосується впливу організаційної діяльності на людей, які складають людські ресурси організації. Ці заходи охоплюють практику найму, навчальні програми, рівень заробітної плати, плани додаткових пільг і бонусів, політику просування, безпеку роботи, стабільність робочої сили, а також порядок звільнень.
Участь спільноти	Ця сфера включає громадські заходи, пов'язані зі здоров'ям, освітою і мистецтвом, а також іншими заходами, які допомагають розкрити потенціал працівників.
Продукт	Дана сфера стосується якісних аспектів продуктів, наприклад, їх корисності, довговічності, безпеки та зручності обслуговування, а також їх впливу на забруднення. Крім того, це включає в себе задоволеність клієнтів, правдивість в рекламі, повноту і чіткість маркування, а також відповідність праву інтелектуальної власності.

Джерело: сформовано за [8]

Соціально відповідальний бізнес може функціонувати відповідно до умов багаторівневості, тобто перебувати на різних щаблях ієрархії етапів реалізації соціальних функцій (рис.1).



Рис. 1. Ієрархія етапів реалізації соціальних функцій підприємствами
Джерело: сформовано самостійно

Найпростіший базовим рівнем, на якому підприємство може почати реалізовувати свої функції – це своєчасна сплата податкових зобов'язань у повному розмірі, нарахування та виплата заробітної плати та повне дотримання законодавства. Звичайно, за таких умов кожне підприємство можна вважати «мінімально» соціально відповідальним, проте, це не є свідченням повної корпоративної соціальної відповідальності.

Наступним щаблем, перебування на якому демонструє більш повне включення соціальної компоненти в організацію та функціонування компанії є ведення доброчинної діяльності. Це може бути як активна участь в організації та проведенні доброчинних акцій чи заходів, так і фінансування окремих її елементів. Сучасні підприємства, фінансові установи все частіше ініціюють доброчинні акції або приймають участь у них. Важливим є регулярність або й навіть системність такої участі. Саме за таких умов можна вважати, що підприємство підвищує рівень своєї соціальної відповідальності.

На жаль, багато компаній зупиняються на цьому щаблі та не переходять на наступний рівень – підвищення рівня ефективності бізнес-процесів компанії із врахуванням соціальної орієнтації, тобто закладення у більшість бізнес-процесів соціальної вагомості та пріоритетності. Безумовно, це є складним та подекуди витратним процесом, але він підвищує вартість компанії на ринку, створює передумови для формування більш стійкої лояльності партнерів чи клієнтів підприємства, переносить його, зрештою, у соціально відповідальну «систему координат».

Найвищим рівнем корпоративної соціальної відповідальності є розробка та реалізація відповідної стратегії, в основі якої є підприємницька та соціальна складова на паритетних пріоритетах. Формування та реалізація такої стратегії є складним завданням, адже вона повинна бути комплексною, охоплювати всі напрямки діяльності, не містити взаємосуперечливих цілей і поряд з тим збалансовувати інтереси усіх зацікавлених в діяльності сторін.

Численні дослідження вказують на існування досить суттєвого зв'язку між рівнем соціальної відповідальності підприємства та його фінансовими показниками.

Наприклад, цікавим є дослідження [9], результатом якого стало доведення існування кореляційного зв'язку між показниками соціально відповідальної активності та зростанням доходів від роздрібних продажів у Великобританії. Дослідження проводилося за даними двох компаній («Marks and Spence» та «Tesco»).

Особливої актуальності набувають принципи корпоративної соціальної відповідальності в період пандемії COVID-19, адже звичні принципи управління та ведення діяльності суттєво змінилися.

Багато світових компаній періодично публікують свої звіти, у яких повністю описуються процеси та результати роботи в напрямку підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності.

Наприклад, у звіті компанії «Ernst & Young» [10], яка є світовим лідером у сфері страхування, оподаткування та консультаційних послуг, зазначено наступне: «Хоча було ясно, що попереду важкі часи, ситуація також відкрила нам можливості. А саме можливість підтримувати суспільство найкращим чином у ці важкі часи. Багато колег об'єднали зусилля, щоб зіграти свою роль. Наприклад, протягом останніх кількох місяців ми підтримали 87 (соціальних) підприємців консультаціями з різних актуальних питань.»

Також описується внесок компанії у збереження навколишнього середовища: «Цього року, наприклад, ми додали 373 електромобілі та 99 зарядних станцій. Крім того, ми постійно шукаємо альтернативи авіаперевозенням, наприклад, модернізуючи наші засоби цифрового спілкування. Світлодіодне освітлення, датчики руху, енергоаудити та ефективне використання простору роблять наші офісні приміщення більш енергоефективними».

Компанія «Хегох» у своїх звітах вертає увагу на замкнутому циклі виробництва, створенні сприятливого середовища для власних працівників, піклування про стан їхнього здоров'я, збереження навколишнього середовища та відповідності принципам циркулярної економіки, що є елементами соціальної відповідальності бізнесу [11].

Стандарти «Хегох»:

- вживати відповідних заходів для захисту навколишнього середовища та здоров'я та безпеки наших працівників, клієнтів, постачальників від неприйнятної ризику;
- вживати належних заходів для запобігання травматизму та захворювань на виробництві та забезпечувати працівників безпечним та здоровим робочим середовищем;
- оцінювати вплив на довкілля, здоров'я та безпеку перед початком нової діяльності або проєкту;
- розуміти вплив на навколишнє середовище, здоров'я та безпеку при розробці та придбанні продуктів та послуг;
- усунути неприйнятні ризики від об'єктів, продуктів, послуг та процесів;
- прагнути до постійного вдосконалення нашої системи екологічного управління та збереження природних ресурсів, усунення токсичних та небезпечних матеріалів, запобігання забрудненню, відновлення, повторне використання та переробка;
- вирішувати питання зміни клімату, зменшуючи вуглецевий слід наших операцій, продуктів та послуг;
- вимагати від постачальників дотримання чинних законів, правил, положень та стандартів Хегох щодо навколишнього середовища, охорони праці та безпеки.

Надзвичайно цікавим є звіт компанії «Microsoft» [12], у якому говориться про наступні пріоритети компанії:

1. Підтримка інклюзивних економічних можливостей
2. Захист основних прав
3. Прихильність до стійкого майбутнього
4. Формування довіри

Отже, соціальне підприємництво та соціально відповідальний бізнес є тими ознаками сучасного прогресивного економічного суспільства, яке змістило акценти пріоритетності завдань функціонування підприємств із повністю економічних до соціальних.

Перелік використаних джерел:

1. Господарський Кодекс України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Yunus, M., Moingeon, B., Lehmann-Ortega, L. Building social business models: Lessons from the Grameen experience. *Long Range Plan.* 2010, 43, 308–325
3. Mair J. Marty I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business.* – 2006. – № 41. – P. 36-44.
4. Шаульська Л.В., Кабаченко Г.С. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці. *Економіка і організація управління*, № 2 (22), 2016, с.300-310
5. Горішна Н.М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії науковий вісник ужгородського університету. серія: «педагогіка. соціальна робота». – 2016. – випуск 2 (39). URL: file:///users/macbook/desktop/nvuuped_2016_2_16.pdf
6. Green Paper on Corporate Social Responsibility. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9
7. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
8. Паладієва Я. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому важливо. URL: <https://mbusinesspartner.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu>
9. Frank Nyame-Asiamah, Sughra Ghulam, (2019) "The relationship between CSR activity and sales growth in the UK retailing sector", *Social Responsibility Journal.* URL: <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2018-0245>
10. Corporate Responsibility Report 2019-2020, 2020 Ernst & Young Netherland LLP. URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/nl_nl/topics/corporate-responsibility/cr-reports/2019-2020/ey-corporate-responsibility-report-2019-2020-en-v1.pdf
11. 2020 Corporate Social Responsibility Report 2020 Xerox. URL: <https://www.xerox.com/en-us/about/corporate-social-responsibility>
12. Reimagining a better future together 2020 Microsoft Corporate Social Responsibility Report . URL:<https://query.prod.cms.rt.microsoft.com/cms/api/am/binary/RE4JaGo>