

СОЦІАЛЬНИЙ БІЗНЕС ЯК СУБ'ЄКТ СОЦІАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Соціалізація економіки – об'єктивний процес, який нерозривно пов'язаний з еволюцією самого економічного базису людської життєдіяльності, соціально-економічних відносин, функціональної структури суспільства. Він носить історично визначений характер. А його суть можна виразити через призму соціальної спрямованості розвитку економіки та економічної спрямованості соціальної політики, що дозволяє досягати певного рівня соціальної безпеки економічної системи чи національної економіки.

Не зважаючи на те, що соціалізація економіки та участь різних суб'єктів у її забезпеченні є предметом наукової дискусії у тому чи іншому вигляді історично тривалий період часу, лише у ХХ ст. вона отримала достатнє науково-прикладне підґрунтя у вигляді концепції Sustainable development, стратегіях та політиках як високорозвинених країн, так і тих, що розвиваються.

Концепція сталого розвитку поставила питання про об'єктивну необхідність збалансування економічної, соціальної та екологічної підсистем, пошуку нових механізмів вирішення «старих» проблем, нових викликів шляхом спільної координації та раціонального узгодження дій, потреб, інтересів усіх без винятку суб'єктів сучасної економіки. Саме від їх спільних дій залежить, яким буде рівень соціальної безпеки і на скільки ми можемо оцінити зрілість сучасної економіки, її соціалізованість.

До суб'єктів соціалізації економіки відносять: окремих індивідів, громадські організації, бізнес, державу в особі її органів [1, с. 4]. До них же можемо віднести і наддержавні регуляторні інституції. Їх дії за словами В. Геєця можна охарактеризувати як потенціал соціалізації економіки [2, с. 149].

Не можна не погодитись, що серед зазначених суб'єктів ключова роль має належати саме державі. Проте, досвід ряду країн свідчить, що потенціал соціалізації зростає тільки тоді, коли поряд з державними інституціями до процесу соціалізації активно долучаються й інші суб'єкти, зокрема, бізнеси. Сукупно їх вплив ретранслюється на суспільство, крім того, саме за таких умов вони здатні правильно реагувати на запити останнього.

В структурі національної економіки наразі формується потужне ядро соціально відповідального, sustainable бізнесу, що активно включається у процес соціалізації. Поряд з цим, починаючи з початку двохтисячних років швидкими темпами в економіку входять і соціальні підприємства. Останні, на відміну від соціально відповідальних чи sustainable, характеризуються тим, що їх місія вже містить в собі соціальну або екологічну складову. Вона ж чітко зазначається у статуті, загальних деклараціях, положеннях чи інших документах та реалізується у щоденній діяльності.

Згідно досліджень «Соціальне підприємництво в Україні: Економіко-правовий аналіз» (2020 р.) в структурі національної економіки функціонує близько 1000 соціальних підприємств [3, с. 8]. У порівнянні з країнами Європи, Америки їх частка у загальній структурі підприємств є дуже низькою. Наприклад, у Польщі їх налічується 29535 (2019 р.) [3], у Великій Британії близько 100 000 (2019) [4]. Загалом, за даними Європейської комісії, у Європі створено та активно діють 2 мільйони соціальних підприємств, що складає близько 10 % всього європейського бізнесу. На них задіяно понад 11 мільйонів працівників (близько 6 % усіх зайнятих) [3, с. 5]. Окрім того, що такі підприємства реалізують важливі соціальні чи екологічні функції, вони також роблять суттєвий економічний внесок у розвиток своїх держав [3; 4].

Ці підприємства виникають та розвиваються в наслідок реагування на економічний та соціальний запит суспільства, неспроможність ринку чи державного регулювання швидко запроваджувати необхідні кроки щодо виконання важливих соціальних функцій, вирішення соціальних проблем.

Так, в Італії суттєва частка соціальних підприємств орієнтована на вирішення питань безробіття з акцентом на молодіжне безробіття як проблему національного масштабу; у Німеччині – на освіту, спорт, надання соціальних послуг, охорону здоров'я, сферу ЖКХ, екологію, побутові послуги, міжнародну діяльність, представництво громадянських інтересів тощо [5].

Серед Азійських країн активну мережу соціальних підприємств було створено в Пд. Кореї, де урядові структури не лише підтримують розвиток, а і є одними з найбільш потужних споживачів їхніх послуг та продукції через систему державних закупівель. Тут соціальні бізнеси стали своєрідною реакцією на Азійську фінансову кризу 1997 року, що викликала масове безробіття, бідність, зниження рівня життя та неможливість значній частині населення отримувати соціальні гарантії та послуги [6].

Україна не стала виключенням. Соціальні бізнеси активно почали розвиватись у період загострення соціально-економічної, геополітичної криз, анексії Криму та розгортання військового

конфлікту на Сході країни, що сукупно призвели до появи нових категорій соціально незахищених верств населення і масового зростання їх числа у традиційних. Велику частку таких бізнесів було ініційовано саме такими категоріями населення країни. Поряд з цим актуалізувались проблеми соціальної адаптації, реабілітації, надання соціальних послуг та забезпечення базових соціальних гарантій. І незважаючи, на те, що кількість соціальних підприємств зростає в Україні повільними темпами, вони вже виконують важливі функції щодо соціалізації національної економіки. Зокрема, активно працевлаштовують ВПО та інші категорії соціально незахищених осіб, в т.ч. вирішують питання працевлаштування молоді, жінок, людей з інвалідністю та тих, що проходять реабілітацію (колишні в'язні, нарко- та алокозалежні). Вони активно включені у соціальне консультування, адаптацію та супровід, освіту, надання інших послуг. За даними дослідження «Соціальне підприємництво в Україні: Економіко-правовий аналіз» [3] їх внесок у економіку вже складає близько 0,05 % усіх видатків держбюджету країни з фінансування соціального захисту населення або 0,3 % усієї міжнародної донорської допомоги, орієнтованої на ті ж категорії.

Проте, їх внесок у соціалізацію варто оцінювати не лише у числовому еквіваленті, адже створюючи робоче місце для безробітної, ВПО, матері багатодітної родини чи колишньої наркозалежної особи, такі підприємства не просто формують засади їхньої соціальної адаптації, а й зростання якості життя. А за умови, коли працевлаштована на соціальне підприємство особа є годувальником у родині, отримуємо синергію. Саме створення таких бізнесів – це один з інструментів стимулювання не лише розвитку підприємництва, а й нарощення кадрово-інтелектуального потенціалу, середнього класу, розвитку новостворених ОТГ у структурі національного господарства. Так, якщо соціальне підприємство створене у невеликому містечку чи селищі, то навіть 10-20 робочих місць здатні поповнювати місцевий бюджет, бути системоутворюючим для мешканців. Соціальні бізнеси часто виступають і соціальними інноваторами, лідерами думок та просування соціальних ініціатив на рівні держави.

У більшості країн, де соціальні підприємства можна чітко ідентифікувати за їхнім функціоналом, соціальним та економічним внеском у розвиток національного господарства, прослідковується тенденція до створення механізмів державного стимулювання, нормативно-правового забезпечення (в т.ч. чіткої ідентифікації правового змісту поняття «соціальне підприємство» і його ознак), сприятливого фінансово-інвестиційного середовища їхнього функціонування. В українському законодавстві терміни «соціальне підприємство» і «соціальне підприємництво» все ще не мають чіткого визначення. Відсутній перелік їх ознак, механізмів регулювання діяльності. Це не лише унеможливорює статистичний облік і спостереження їх внеску у соціалізацію економіки, а й не дозволяє ефективно вирішувати проблеми, з якими вони стикаються: доступність фінансових джерел, кадрового забезпечення, низький рівень державної підтримки, складність масштабування кращих практик, значний рівень суспільної недовіри, низький рівень поінформованості та знань про соціальне підприємництво, надмірна бюрократизація процедур участі у муніципальних чи регіональних програмах розвитку та ін.

У таких умовах складно забезпечувати розвиток соціального підприємництва та зростання його ролі у соціалізації національної економіки. Саме тому, не зважаючи на наявність загальних регуляторних механізмів і стимулів діяльності малого та середнього бізнесу в Україні, ГО чи інституцій на кшталт Української соціальної академії або донорської підтримки іноземних партнерів, має прийти системне усвідомлення необхідності формування культури та інституціонального середовища соціального підприємництва. Адже дії соціального бізнесу, насамперед, залежать від створеного інституціонального базису, норм та принципів, поведінкових установок, традицій, типу організації економічних процесів та їх координації, доступу до влади, рівня соціальної відповідальності, готовності до змін, ступеню довіри до них громадян та ступеню підтримки держави, суспільства, ринку. Звичайно, перелік вказаних характеристик не є вичерпним, проте, на наш погляд, достатнім для їх опису й визначення ролі у нарощенні потенціалу соціалізації національної економіки.

Література:

1 Галушка З. І. Розподіл функцій соціальної відповідальності між суб'єктами соціалізації економіки, *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*, 2016. № 5(05), pp. 3-9.

2 Гесць В. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку, Київ: НАН України; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. 2009.

3 Каменко І. С. Соціальне підприємництво в Україні: Економіко-правовий аналіз. Аналітичний звіт для проєкту «EU4YOUTH Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні. 2020. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf (дата звернення 01.04.2021)

4 Network of social enterprises in the UK (2021) *Social Enterprise UK Impact Report 2018/2019*, URL: <https://www.socialenterprise.org.uk/seuk-impact-reports-annual-reviews/social-enterprise-uk-impact-report-2018-2019/>

5 Ігнатович Н., Гура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва, *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*, 2014. 12(165), pp. 22-25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_12_7 (дата звернення 01.04.2021)

6 Ольгинский К. Социальное предпринимательство в Южной Коре: пятилетки, фестивали и субсидии. *Новый бизнес*. 2018. pp. URL: <http://nb-forum.ru/foreign-experience/korea-18> (дата звернення 01.04.2021)