

РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО І СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ВИЗНАЧЕННЯ, КРИТЕРІЇ ТА РЕГУЛЮВАННЯ

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: DEFINITIONS, CRITERIA AND REGULATION

УДК 316.334.23:005.35

Корнецький А.О.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва та економіки підприємств
Університет митної справи та фінансів
Нагаївська Д.Ю.
викладач кафедри економіки та маркетингу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

У статті розглянуто підходи до визначення категорій «соціальне підприємництво» і «соціальна відповідальність бізнесу», проаналізовано їх спільні і відмінні риси. Також розглянуто специфіку регулювання соціального підприємництва і соціальної відповідальності бізнесу на державному рівні.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальна відповідальність бізнесу, державне регулювання.

В статье рассмотрены подходы к определению категорий «социальное предпринимательство» и «социальная ответственность бизнеса», проанализированы их общие и отличные черты. Также рас-

смотрена специфика регулирования социального предпринимательства и социальной ответственности бизнеса на государственном уровне.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальная ответственность бизнеса, государственное регулирование.

The article analyzes approaches for defining social entrepreneurship and social responsibility of business, including their common and different features. It also reviews regulatory specifics for these categories on the state level.

Key words: social entrepreneurship, social responsibility of business, governments regulation.

Постановка проблеми. Економічна думка еволюціонує. Разом з нею еволюціонують і категорії, що вважаються фундаментальними. Так, дослідження про сучасне підприємництво пішли набагато далі від класичних факторів – землі, праці та капіталу. До цієї категорії в наш час додається соціальне значення, тому що підприємства не тільки створюють додану вартість, але і прямо впливають на середовище, в якому функціонують. Навіть Господарський кодекс України визначає мету підприємництва як «досягнення економічних та соціальних результатів» [1].

З одного боку, підприємництво не може уникнути впливу на соціум, який іноді буває негативним, а, з іншого, підприємства мають інструменти для позитивних змін в суспільстві. Такі зміни можуть відбуватися через соціальну відповідальність або соціальне підприємництво. Більше того, соціальна складова бізнесу теж має тенденцію до власної еволюції. Так, «корпоративна соціальна відповідальність» стає «соціальною відповідальністю бізнесу», а «соціальне підприємництво» взагалі руйнує цінність головної складової бізнесу – максимізації прибутку.

Беручи до уваги те, що економіка – це суспільна наука, вплив підприємництва на суспільство має досліджуватись в першу чергу. Проте дослідження щодо соціальної складової підприємництва в українських реаліях не мають широкого розповсюдження. Соціальне підприємництво та соціальну відповідальність бізнесу часто плутають та не можуть відрізнити. Актуальність дослідження визначається сучасними соціальними трендами в підприємстві,

необхідністю розкрити сутність та описати відмінності між запропонованими категоріями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальне підприємництво та соціальну відповідальність бізнесу визначають як тему для досліджень науковці з різних галузей знань. Крім економічних, фінансових та маркетингових праць, ці категорії стають об'єктами для досліджень з менеджменту, соціології, педагогіки, психології та, навіть, етики. Таке широке коло дисциплін обумовлюється важливістю даної тематики для суспільства як такого.

Питання формування і забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання розглядали у своїх роботах такі відомі зарубіжні вчені як Р. Акерман, Д. Вуд, Д. Годпастер, Т. Левітт, Дж. Пост, Л. Престон, Дж. Рассел, Д. Свансон та інші. Соціальну відповідальність бізнесу у своїх наукових працях висвітлили також українські та російські вчені: Н. Демченко, М. Мельник, П. Орлов, Ю. Петруня, Н. Супрун та інші [2-6].

Тематика соціального підприємництва є досить новою для світової науки. Значний внесок зробили у своїх дослідженнях такі зарубіжні вчені як Дж. Дііс, М. МакЛін, П. Мерфі, А. Передо, А. Фоулер, Е. Шоу та інші [7-11]. Українських публікацій з соціального підприємництва, на жаль, ще не так багато, але серед науковців, які розглядають цю тематику, можна зазначити таких як А. Андрющенко, В. Назарук, І. Руда, А. Свинчук, К. Смаглій, О. Сотула та інші.

В українській науковій літературі бракує досліджень, які б розглянули обидві запропоновані кате-

горії з точки зору теорії та концептуально проаналізували спільні та відмінні риси для них. Таке завдання отримує ще більшу актуальність у сучасних умовах через практичні приклади існування соціальних підприємств та виникнення окремих напрямів реалізації соціальної відповідальності в бізнесі. Ці приклади вже існують, але, з наукової точки зору, їм часто бракує теоретичного обґрунтування.

Постановка проблеми. Головною ціллю даного дослідження є порівняльний аналіз визначень соціального підприємництва та соціальної відповідальності бізнесу. Крім того, стаття визначає специфіку даних категорій, розглядає аспекти їх регулювання, формалізує спільні і відмінні риси для проведення подальших досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальне підприємництво та соціальна відповідальність бізнесу є відносно новими категоріями в економічній думці, тому науковці часто мають різні погляди щодо їх визначень. Спільною рисою для обох є соціальна складова, через яку дефініції можуть здаватися схожими. Проте означені категорії мають і принципові відмінності, які пропонується детально проаналізувати. Це дозволить дослідити їх суттєві характеристики і виділити головні принципи їх взаємодії з різними суб'єктами економіки.

На основні дослідженого матеріалу, визначення соціальної відповідальності бізнесу можна згрупувати за п'ятьма напрямками:

- відповідальність як добровільні зобов'язання компанії;
- відповідальність як спосіб управління підприємством;

- відповідальність як система моральних норм;
- відповідальність за вплив рішень компанії;
- відповідальність як об'єкт державної політики.

У табл. 1 представлені дефініції соціальної відповідальності бізнесу, які найбільш повно відображають основні характеристики за кожним напрямом.

У сфері забезпечення соціальної відповідальності бізнесу основоположним документом є Міжнародний стандарт ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності», який визначає соціальну відповідальність бізнесу як «відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки» [12]. Однак дане визначення не можна назвати вичерпним.

На думку авторів, соціальна відповідальність бізнесу передбачає дотримання вимог чинного законодавства, забезпечення високої якості товарів і послуг, забезпечення гідних і безпечних умов праці на підприємстві, інформаційну відкритість і екологічну відповідальність підприємства, чесне рекламування товарів і реалізацію підприємством соціальних ініціатив.

На противагу дослідженням із тематики соціальної відповідальності бізнесу, публікації, присвячені соціальному підприємництву, почали

Таблиця 1

Основні підходи до визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу» науковцями

Автор	Визначення	Джерело
1. Відповідальність як добровільні зобов'язання компанії		
Супрун Н. А.	комплекс цінностей, заходів і процесів, що відображають добровільне зобов'язання компанії щодо реалізації соціальних ініціатив, результати яких сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності організації у довгостроковій перспективі	[2, с. 165]
2. Відповідальність як спосіб управління підприємством		
Орлов П. А.	забезпечення комфортних, безпечних умов праці і її гідної оплати для свого персоналу, розвиток соціальної інфраструктури, недопущення ухилення від сплати податків і соціальних зборів, забезпечення належної охорони навколишнього середовища, а також використання соціально відповідального маркетингу	[3, с. 400]
3. Відповідальність як система моральних норм		
Демченко Н. В.	складна система моральних норм, які вказують перспективний напрямок розвитку корпорації – зростання добробуту суспільства засобами, що не принижують гідність людини, обмежувачами сваволі власників	[4, с. 106]
4. Відповідальність за вплив		
Петруня Ю. Є.	відповідальність бізнес-організації за вплив її діяльності на різні сфери суспільного життя та навколишнє природне середовище шляхом проведення прозорої та етичної поведінки	[5, с. 7]
5. Відповідальність як об'єкт державної політики		
Мельник М. І.	об'єкт державної політики, завдання якої полягає у формуванні соціально орієнтованого бізнес-середовища – сукупності інституційних передумов, факторів, ціннісних орієнтацій та механізмів правового, політичного, економічного, соціокультурного характеру, що сприяють реалізації соціально відповідальної поведінки суб'єктів бізнесу	[6, с. 17]

з'являтися значно пізніше. Через те, що ця категорія є досить новою, в українському науковому середовищі мало праць за цією тематикою. Тому для більш глибокого аналізу пропонується використовувати визначення закордонних авторів, які давно займаються даною проблематикою. У табл. 2 представлені деякі дефініції, які відображають різні підходи до визначення категорії соціального підприємництва.

Підсумовуючи наведені визначення, можна говорити про неоднозначність тлумачень щодо соціального підприємництва. Спільними ознаками для всіх визначень є створення певних соціальних результатів (соціальної цінності) за допомогою підприємницьких механізмів. Тобто соціальні підприємства мають за основну мету не генерування доданої вартості та прибутку, а вирішення певних соціальних проблем.

На думку авторів, соціальне підприємництво – це інноваційний вид діяльності у формі неприбуткових чи прибуткових організацій, завданням яких є створення вимірюваної соціальної цінності. Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу і соціальне підприємництво являють собою два різні за змістом та обсягом поняття.

Наступним кроком для аналізу соціальної відповідальності бізнесу та соціального підприємництва пропонується зробити опис регулювання обох категорій.

Регулювання соціальної відповідальності бізнесу на державному рівні здійснюється на основі напрацювань двох груп суб'єктів – міжнародних об'єднань, а також бізнес-структур і громадських організацій.

До першої групи об'єднань, що регулюють поведінку підприємств і питання їх соціальної відповідальності, відносять такі організації як Європейська Рада, Європейський Самміт, Європейська Комісія, Багатосторонній форум СББ ЄС, Організація економічного співробітництва та розвитку, Міжнародна організація праці.

Друга група суб'єктів представлена Всесвітньою діловою радою за сталий розвиток, Об'єднанням економік відповідальних щодо охорони навколишнього середовища, Міжнародною неприбутковою організацією «Бізнес задля соціальної відповідальності», Міжнародним форумом лідерів бізнесу, Європейською бізнес-мережею соціальної відповідальності бізнесу «СВБ Європа».

Серед законодавчих актів України, що регулюють питання соціальної відповідальності підприємств, можна назвати Конституцію України, Цивільний Кодекс України, Господарський Кодекс України, Кодекс законів про працю України, Закон України «Про охорону праці», Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища», Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про рекламу».

Однак достатньо велика кількість нормативно-правових актів, які регулюють рівень соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, не означає забезпечення високого рівня відповідальності: законодавчі акти часто змінюються, не виконуються і носять декларативний характер, за порушення норм законодавства передбачено замалі штрафи порівняно зі шкодою, яка може бути заподіяна внаслідок їх недотримання здоров'ю, майну, добробуту громадян і суспільства в цілому.

Соціальне підприємництво найкраще розвивається в країнах з розвинутою економікою. Як уже було зазначено, соціальні підприємства можуть існувати у формі неприбуткових і у формі прибуткових організацій, що створює досить широкий спектр для регулювання. Оскільки соціальне підприємництво вважається бізнесом, то і принципи його функціонування є бізнесовими. Деякі країни світу вводять додаткове регулювання, але це, скоріше, є винятком. Наприклад, в 30 штатах Америки діє спеціальна організаційна форма для соціальних підприємств – Benefit Corporation. Такі

Таблиця 2

Основні підходи до визначення поняття «соціальне підприємництво» науковцями

Автор	Визначення	Джерело
Діис Дж.	агент змін соціального сектору, які відбуваються через: 1) адаптацію місії для створення та підтримання соціальної цінності; 2) пошук нових можливостей для втілення цієї місії; 3) постійний процес інновацій, адаптації та освіти; 4) функціонування, яке обмежується не тільки наявними ресурсами; 5) підвищену відповідальність за результати своєї діяльності	[7]
Мерфі П. та Кумбз С.	ефективний механізм створення цінності в соціальній, економічній та природничій формах, що являється продовженням соціальної відповідальності бізнесу	[8]
Фоулер А.	створення значущих соціо-економічних структур, взаємозв'язків, інституцій, організацій та практик, які створюють та підтримуються соціальні переваги	[9]
Передо А. та МакЛін М.	взаємодія особи чи групи осіб задля створення соціальної цінності, яка відбувається з використанням наявних можливостей, інновацій, прийняттям ризику та в умовах обмежених ресурсів	[10]
Шоу Е. та Картер С.	діяльність в межах громади, волонтерських, неприбуткових організацій або приватних фірм, що відбувається не заради прибутку, а заради соціальних результатів	[11]

підприємства є прибутковими, але обов'язково мають офіційно визначити свій позитивний вплив на соціум, працівників, громаду або навколишнє середовище. Ніяких податкових пільг така організаційна форма не передбачає.

Крім законодавства, яке регулює соціальну відповідальність бізнесу в Україні, на соціальне підприємництво додатково впливають Податковий кодекс України та Закон України «Про громадські об'єднання». Розвиток соціального підприємництва в Україні стримували певні перешкоди, такі як економічна нестабільність і загальна нерозвиненість соціальної інфраструктури. Українські законодавці підготували законопроект «Про соціальні підприємства» (№ 2508, 2013 р.), який було спрямовано на створення законодавчої бази для розвитку соціального підприємництва. Запропонований закон передбачає альтернативні податкові режими для таких підприємств (аналогічно моделі некомерційних підприємств США), але цей законопроект не був розглянутий і навряд чи буде ухвалений у найближчому майбутньому. Це аргументується можливими ризиками через податкові пільги для соціальних підприємств, які можуть отримати і звичайні підприємства, що, в свою чергу, може призвести до серйозних проблем в економіці.

Таким чином, розглянувши різні визначення сутності та підходи до регулювання соціального підприємництва і соціальної відповідальності

бізнесу, можна говорити про наявність спільних та відмінних рис для них. Такі риси зображено на рис. 1.

В результаті аналізу запропонованих категорій, можна говорити про одну голову спільну рису – соціальне підприємництво та соціальна відповідальність бізнесу направлені на створення соціальної цінності (вирішення соціальних проблем, реалізацію соціальних ініціатив тощо). Соціальна відповідальність бізнесу часто є філософією компанії, охоплює всі сфери її діяльності і знаходить своє продовження у пільгуванні про робітників компанії, покупців, партнерів, виготовленні безпечних товарів високої якості, проведенні соціальних ініціатив. Відмінними є шляхи виконання завдання із формування соціальної цінності:

- соціальна відповідальність бізнесу працює в умовах прибутковості, а соціальне підприємництво може існувати і в умовах неприбутковості;
- соціальна відповідальність бізнесу виникає в межах основної діяльності підприємства, для соціального підприємства саме соціальна мета є причиною його створення;
- соціальне підприємництво, на відміну від соціальної відповідальності бізнесу, фактично не має додаткового спеціального регулювання;
- головною метою діяльності для соціально відповідальних підприємств є максимізація прибутку, головною метою діяльності для соціальних підприємств є соціальна місія.



Рис. 1. Спільні та відмінні риси соціального підприємництва та соціальної відповідальності бізнесу

Висновки проведеного дослідження. Соціальне підприємництво активно розвивається в Україні, все більше компаній інтегрують складову соціальної відповідальності до своєї діяльності. Хоч соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу мають спільну мету – створення соціальної цінності, їм притаманний і ряд відмінних рис, серед яких – умови функціонування, державне регулювання і досягнення прибутковості. На наступному етапі дослідження передбачається провести аналіз основних суб'єктів, які впливають на розвиток соціального підприємництва і соціальної відповідальності бізнесу, визначити показники, за якими можна провести оцінку ефективності їх реалізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 144 зі змінами і доповненнями.
2. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії «EUROPE-2020») / Н.А. Супрун// Український соціум. 2013. № 2 (45). – С. 163-176. – С. 165
3. Орлов П.А. Некоторые аспекты развития маркетинга и проблемы его социальной ответственности // Бизнес Информ, № 6, 2014. – С. 399-403.
4. Демченко Н.В. Конкурентоспроможність підприємства в дзеркалі соціальної відповідальності бізнесу (на прикладі фармацевтичної галузі) // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян: монографія: у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півника; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. Д.: НГУ, 2014. – Т. 1. – 629 с. – С. 106
5. Петруня Ю.Є. Соціальна відповідальність бізнесу: українські виміри // Економічний вісник НГУ: НГУ, 2012. – № 1. – С.7-11. – С. 7
6. Мельник М. І. Становлення ін-ту соціально орієнтованого бізнес-середовища в Україні: аналіз проблем та пошук ефективних інструментів: наукова доповідь / М.І. Мельник; НАН України. Ін-т регіональних досліджень. Львів, 2010. – 39 с. – С. 17
7. Dees, J. Gregory. «The meaning of social entrepreneurship», 1998.
8. Murphy, Patrick J., and Susan M. Coombes. «A model of social entrepreneurial discovery.» *Journal of business ethics* 87.3 (2009): 325-336.
9. Fowler, Alan. «NGDOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation?.» *Third world quarterly* 21.4 (2000): 637-654.
10. Peredo, Ana Maria, and Murdith McLean. «Social entrepreneurship: A critical review of the concept.» *Journal of world business* 41.1 (2006): 56-65.
11. Shaw, Eleanor, and Sara Carter. «Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes.» *Journal of small business and enterprise development* 14.3 (2007): 418-434.
12. Міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://csr-ukraine.org/ISO_26000.html