

УДК 336.02

**О.И. Жорновая<sup>1</sup>, Е.И. Жорновая<sup>2</sup>**<sup>1</sup>д-р пед. наук, доц., проф. каф. гуманитарных и социально-экономических дисциплин  
Киевского института музыки имени Р.М. Глиэра<sup>1</sup>д-р пед. наук, проф., зав. каф. гуманитарных и социально-экономических дисциплин  
Киевского института музыки имени Р.М. Глиэра  
e-mail: <sup>1</sup>zhornova@ukr.net; <sup>2</sup>acadmonex@gmail.com**МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО С СОЦИАЛЬНОЙ МИССИЕЙ:  
ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА И ГЕНДЕРНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ  
ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ**

*Рассматривается социальное предпринимательство и его гендерный аспект – женское социальное предпринимательство – как качественно новое предпринимательство. Дана оценка его влиянию на культурные традиции коллективного решения проблем общества. Определено его культурно-историческое происхождение – традиция толоки. Проанализированы дефиниции и критерии женского социального предпринимательства. Финансовая поддержка малого предпринимательства определена как первостепенный фактор его развития, раскрыто содержание и инструменты этого процесса.*

**Введение**

Женское социальное предпринимательство (далее – ЖСП) надлежит понимать внутри малого предпринимательства (далее – МП). Точка зрения на ЖСП как механизм/инструмент выхода женщины из состояния незанятости не может считаться однозначной, поскольку влияние ЖСП на общество, различные сферы государственной и общественной жизни сейчас возрастает, что способствует достижению женщинами – социальными предпринимателями экономических, социокультурных и политических целей. Их «бизнес-детища», становясь своеобразными филиалами клубов, партий, культурными зонами, центрами предоставления всевозможных социальных услуг, рано или поздно будут интерпретироваться общественным мнением как способ «спасения общества» от черствости и чрезмерной коммерциализации сознания.

Сами женщины – социальные предприниматели (во всяком случае некоторые из них) населением воспринимаются как «заступники» и «помощники», вызывая у представителей «чистого» бизнеса недоумение: бизнес есть бизнес, иначе он не выживет; ключевое слово – прибыль, а не социальные услуги населению. А в рамках корпоративной социальной ответственности крупный бизнес продуцирует социальные эффекты и больше, и результативнее, и как механизм решения социальных проблем он должен быть воспринят куда более позитивно. Но при этом в общественном мнении крупный бизнес явно уступает МП, а тем более ЖСП вследствие кризиса доверия к власти, монополиям, крупному капиталу и др. Это первое, что следует отметить.

Далее. Административно-территориальная реформа выявила множество социальных проблем, которые «депрессивные» регионы не в состоянии быстро решить. Но территориальное укрупнение увеличило число нерешенных общественных задач. И как раз ЖСП стало тем инструментом, который запускает механизм самостоятельно инициированного процесса повышения качества жизнедеятельности сообщества. К тому же именно женщины, имеющие более тесные социальные контакты с пожилыми и молодыми людьми, людьми с особыми потребностями и ограниченными возможностями, другими уязвимыми категориями населения, склонны распространять бизнес-практику в своем сообществе. Женщины уже сейчас активно вовлекают в социальное предпринимательство молодежь, которая не имеет возможности трудоустроиться по специальности и мечтает о предпринимательстве, пенсионеров и те специфические

категории населения, которые оказались вне сферы занятости по различным причинам. Таким образом, есть все основания считать, что имеет место качественно новое предпринимательство, становящееся все более привлекательной бизнес-практикой для молодежи, незанятых женщин трудоспособного возраста и пенсионеров. Оно нуждается в осмыслении и оценке не только как экономическое явление. Необходимо выявить его масштаб, перспективность в условиях культурной общности, возникающей во всех регионах как следствие административно-территориальной реформы.

Отечественная наука сегодня находится в начале процесса осмысления ЖСП. Таким образом, возникла объективная необходимость в обобщении и систематизации теоретического и практического подходов в вопросе ЖСП, его финансировании и перспективах для устойчивого развития Украины.

Научно-методическими и информационно-статистическими основами для нашей работы стали научные исследования отечественных и зарубежных ученых, монографии, законодательные документы, финансовые, годовые отчеты о деятельности предприятий, которые реализуют социальную миссию, аналитические и статистические материалы, а также интервью, результаты опросов, наблюдений, осуществленных авторами в рамках международных конференций, тренингов, семинаров и круглых столов по профильной теме.

Теоретические основания социального предпринимательства (далее – СП) сводятся к обоснованию этого явления как специфического в рамках предпринимательства, а ЖСП, следовательно, как разновидности СП. По данным Каталога СП, в Украине их 150 (по результатам самостоятельной идентификации) [8].

Большинство украинских исследователей придерживаются той точки зрения, что СП в отечественной социальной бизнес-практике возникли как аналог зарубежных (В. Кокоть, Н. Проць, В. Смаль, Т. Шаповалова и др.) [14; 17; 21]. Тем не менее существуют и иные мнения. Например, З. Галушка видит корни СП в благотворительной деятельности украинских промышленников В. Симеренко, братьев М. и А. Терещенко и др. [2, с. 15]. А. Кулик считает, что отечественное СП – это «гибрид бизнеса и волонтерства» [21, с. 23].

Многолетнее изучение социокультурных аспектов различных видов деятельности [4; 5] привели нас к убеждению, что качественная характеристика бизнес-практики как социальной – это давний обычай различного посильного вклада членов сообщества в решение актуальных задач, известный в отечественной культурной традиции, как толока. Поэтому вопрос о финансировании такого рода предпринимательства будем истолковывать как мероприятия не только коммерческого, общественного или политического толка, но и социокультурного.

Беря за основу идею культурно-исторической традиции, рассмотрим и перспективы развития ЖСП в Украине. Дефиниция СП, как родовая по отношению к ЖСП, у отечественных и зарубежных ученых в основном схожа. Так, Д. Борнштейн и С. Девис отмечают, что при поддержке СП граждане создают или трансформируют учреждения для решения социальных проблем, а именно бедности, безграмотности, ухудшения состояния окружающей среды, нарушения прав человека и др. [1, с. 1].

На характеристике инновационности предпринимательства в случае его социальной миссии настаивают и Дж. Мейр и И. Марти: «СП – широкий процесс, который при комбинации ресурсов создает возможности для ускорения социальных изменений, удовлетворяя социальные потребности, является инновационной моделью предоставления продукции и услуг, необходимых для базовых потребностей, которые остаются вне внимания политических и экономических институций» [19, с. 36–44]. Собственно, на инновационности предпринимательства и социальной миссии сосредоточивают

внимание и другие исследователи и эксперты (Дж. Остин, Г. Стефенсон, Дж. Вей-Скиллерн, А. Николс и др.).

Приведем одну из отечественных дефиниций, которая наиболее распространена среди социальных предпринимателей, и, следовательно, реализует функцию его теоретической основы: «СП – это новаторская деятельность, прежде всего направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самокупаемости и устойчивости», «это баланс социальных целей и коммерческой составляющей, где деньги не цель, но средство достижения этих социальных целей, что позволяет предпринимателю оставаться устойчивым и независимым от постоянных донорских вливаний» [21, с. 8].

При определении сущности СП нередко переходят к перечню критериев и показателей различных направлений его деятельности. Примером может служить такая формулировка: СП – это организации (независимо от организационно-правовой формы), которые решают социальные и/или экологические проблемы и отвечают хотя бы одному из нижеперечисленных критериев: а) трудоустраивают ветеранов антитеррористической операции, внутренне перемещенных лиц, людей с инвалидностью, жителей сельской местности, другие уязвимые группы населения; б) часть или всю прибыль от деятельности направляют на поддержку уставной деятельности гражданской организации, благотворительного фонда или благотворительной организации; в) часть или всю прибыль от деятельности направляют на финансирование услуг для уязвимых групп населения, например, социокультурных проектов [8].

Есть и такое видение критериев деятельности СП: «Основными критериями СП определены: социальная миссия, предпринимательский подход, инновационность (новаторство при реализации социальной проблемы), тиражирование, самокупаемость, финансовая устойчивость» [21, с. 8]. Они частично совпадают с критериями зарубежных исследователей, например норвежских: социальное влияние (направленность на решение или смягчение конкретной ощутимой социальной проблемы), инновационность (использование новых подходов и способов разрешения как старых, так и новых социальных проблем), самокупаемость и финансовая устойчивость (независимость от внешнего финансирования), тиражируемость (воссоздание модели СП в иных географических и социальных условиях) [14]. Но если для Норвегии такие критерии актуальны, то в Украине критерий «финансовая устойчивость», как и «самокупаемость», «сводят на нет» усилия предпринимателя идентифицировать себя «социальным», ибо, по данным [8], более 80 % зависят от внешних финансовых ресурсов. И особенно это касается ЖСП.

Определения СП из официальных документов Украины нам не известны, как и официальные термины СП, а также его характеристики.

Что касается определения ЖСП, то важно подчеркнуть, что отсутствует понимание его сущности и признаков вычленения его из СП вообще: следует ли относить к ЖСП те СП, которые организовали, руководят ими и работают на них только женщины; деятельность ЖСП направлена на удовлетворение потребностей женщин.

Мы понимаем под ЖСП те СП, которые организовали женщины, руководят ими, и работают на нем в большинстве женщины, а мужчины выполняют в основном второстепенные по значимости действия. Направленность деятельности по целевой группе не влияет на сущность ЖСП, поэтому может быть разнообразной и не подлежит рассмотрению с гендерных позиций.

Мы сфокусируем внимание на сравнении некоторых параметров СП, как их понимают в Великобритании и в Украине, которая не вошла в 2016 г. в рейтинг благоприятных для СП стран (по данным Фонда агентства «Thomson Reuters Foundation» в кооперации с Deutsche Bank, UnLtd и the Global Social Entrepreneurship Network) [15].

Сравнение произведем по параметрам, которые кажутся нам наиболее существенными для понимания сути ЖСП и определения путей развития, постановки вопроса о финансовой поддержке: приоритеты СП, специфические особенности, типичные характеристики, формы социальных предприятий и условия деятельности, направленность деятельности по целевым группам.

Проанализируем с этих позиций понимание СП в Великобритании [7]:

1. Приоритет для такого бизнеса – решение или смягчение социальных и/или экологических проблем (желательно, чтобы это было закреплено в уставных документах).

2. Специфические особенности: реинвестиция большей части прибыли в свое предприятие либо на поддержку общественных инициатив и организаций.

Компании специальной организационно-правовой формы для социальных предприятий «компания интересов сообщества (community interest company – CIC)» по закону обязаны закрепить в своем уставе свою социальную миссию. Это ограничивает передачу активов компании и подтверждает, что они будут использованы только в соответствии с социальной миссией. Такая форма дает четкий сигнал инвесторам о том, что предприятие работает на благо общества и что конкретная социальная цель защищена уставными документами и регулированием.

3. Типичные характеристики – это прозрачность операций и отчетность; контроль предприятий со стороны правительства. Критерии: предприятия не платят более 50 % прибыли владельцам или акционерам, видят бизнес-миссию социальной, генерируют не менее 25 % своего дохода от торговли и не получают более 75 % дохода от грантов или пожертвований.

4. Различные формы социальных предприятий. Условия для деятельности всевозможных форм СП:

1) стратегии создания благоприятных условий для развития социальных предприятий: «Социальное предприятие: стратегия успеха» (Social Enterprise: A strategy for Success) 2002 г. (содействие выбору социально ответственных поставщиков при осуществлении государственных закупок; увеличение возможностей финансирования; бизнес-поддержка и обучение; популяризация социального предпринимательства и увеличение доверия к этому сектору);

2) «Социальное предприятие. План действий: расширение масштабов новых высот» (Social enterprise action plan: Scaling new heights) 2006 г. (улучшение профессиональной подготовки; создание инвестиционного фонда и увеличение финансовой поддержки; межведомственный план для стимулирования более тесной работы между правительством и организациями гражданского общества);

3) Стратегия 2011 (поощрение инвестиций в социальную сферу и развитие связей между социальными предприятиями и социальными инвесторами; разработка налоговых стимулов и нормативно-правовой базы);

4) сотрудничество с независимой финансовой организацией Big Society Capital (2012) для поддержки СП;

5) Закон о реализации общественных услуг (Public Services (Social Value) Act) (2013), который требует от государственных органов при заказе услуг выбирать именно те предприятия и тех поставщиков, которые способствуют экономическому, социальному и экологическому благополучию местных сообществ и в целом местному развитию;

6) налоговые льготы, предоставляемые социальным инвесторам, лицам и организациям, которые вкладывают средства в социальные предприятия (подходный налог сокращается на 30 %);

7) инновационные финансовые инструменты – облигации социального воздействия (Social Impact Bonds).

5. Направленность деятельности по целевым группам (группы, подверженные влиянию из-за нерешенности государством конкретных проблем).

Остановимся на аспектах деятельности украинских СП.

1. Приоритеты для такого бизнеса отечественные эксперты видят по-разному. А. Кулик: «В украинском случае можно считать, что социальное предпринимательство выросло именно из волонтерских движений. Социальный бизнес – это в определенном смысле гибрид бизнеса и волонтерства. Бизнес генерирует прибыль, продавая продукты или услуги, но не всегда решает общественные проблемы. Волонтерство, наоборот, решает общественные проблемы, но редко бывает прибыльным... СП объединяет в себе финансовую устойчивость бизнеса и социальную ориентированность волонтерства» [21, с. 23]. О. Загакайло: средствами СП реформируют государственные социальные услуги; появляются новые виды сервисов, которые остаются вне внимания обычного бизнеса из-за неприбыльности; СП снижает нагрузку на местные бюджеты при решении социальных проблем [6]. Ю. Лопатинский, директор МГО «Народна допомога – Львів» и основатель социальной пекарни «Горіховий дім»: СП – это определенный подход, который может применяться к любой бизнес-модели [21, с. 22].

2. Специфические характеристики: СП содержит прибыльные и неприбыльные направления и развивается по «собственным» законам [2, с. 15], «придает бизнесу человеческое лицо»; если «нет социальной проблемы – нет социального предпринимательства» [21, с. 8]. СП совмещают два обстоятельства, которые могут содержать условия уязвимости: во-первых, особенности их бизнес-моделей «привязаны» к социальной проблеме, во-вторых, социальные предприниматели менее предприимчивы; по сути СП – это большой проект, который требует финансирования, а различия заключаются в их меньшей подверженности рискам и большей приверженности понятным, прозрачным... консервативным способам ведения бизнеса [21, с. 67].

3. Типичные характеристики: прибыль не цель, а индикатор и ресурс бизнеса [2, с. 15]; природа СП обуславливает этическую составляющую долгосрочного институционального доверия [3, с. 8].

4. Формы социальных предприятий: физическое лицо (предприниматель) – 37; частное предприятие – 23; государственная организация – 20, предпринимательское объединение граждан – 19; товарищества с ограниченной ответственностью – 18; сельхозкооперативы – 15; благотворительные организации – 8; организации гражданского объединения – 4; фермерские хозяйства – 2; гражданский союз – 1; орган самоорганизации населения – 1; частная организация – 1; коллективное предприятие – 1 [8].

5. Направленность деятельности и целевые группы (по убыванию числа ответов): трудоустройство наиболее уязвимых групп населения, генерирование прибыли (для поддержки уставной деятельности организации, услуг населению, финансирования особых услуг, защиты окружающей среды и решения экологических задач, реабилитации участников АТО, благотворительности, поддержки гражданских инициатив) [8].

Имеются существенные отличия в теоретическом осмыслении деятельности СП в плане, например, определения сущностных признаков СП, специфических и типичных характеристик, критериев социального вклада в деятельность сообщества и др. Анализ таких типичных характеристик, как прозрачность операций, мы делаем по данным [8]. Отчеты о социальной составляющей деятельности в большинстве случаев размещают на веб-странице или в социальной сети; некоторые отчитываются перед фондом социальной защиты или областной государственной администрацией, центрами занятости, учредителями, масс-медиа, а отдельные респонденты ответили, что готовы дать отчеты тем, кого это заинтересует, но не отчитываются вообще.

Также нет четких критериев и показателей для оценки социального эффекта от деятельности СП: по количеству трудоустроенных, числу клиентов, отзывам клиен-

тов о качестве и количестве услуг и др. Причем из 35 респондентов 22 указали, что вообще не изучают социальный эффект, а 9 не дали ответа.

Формы социальных предприятий в Украине, как следует из результатов самостоятельной идентификации, достаточно разнообразны, но при большей детализации выясняется, что некоторые формы – это лишь отражение особенностей наименования, а не отличительный признак.

Направленность деятельности по целевым группам в Украине явно свидетельствует о наличии глобальной проблемы с трудоустройством. В Великобритании же целевые группы – это потребители всевозможных нишевых запросов, которые государство не решило именно из-за их важности для весьма небольшого сегмента.

Что касается ЖСП, то его критерии таковы:

а) женщины достаточно хорошо представлены на руководящих позициях в социальных предприятиях;

б) женщины, руководящие социальными предприятиями, получают столько же, сколько и мужчины.

Пока что они не в полной мере актуальны для Украины при мониторинге гендерного аспекта СП.

Практические аспекты СП в отечественных научных кругах в основном сосредоточены вокруг вопроса об апробации той или иной зарубежной модели в бизнес-практике и ее внедрении в практику. В данном случае нас интересует финансирование ЖСП.

Поскольку финансирование ЖСП и его особенности в значительной мере зависят от направления деятельности и социальной миссии, мы перечислим наиболее, по нашим данным, распространенные: выращивание и сбыт сельхозпродукции; производство продуктов питания; создание мини-предприятий общественного питания, а также магазинов, точек реализации товаров на рынках, остановках общественного транспорта; организация швейного производства и/или заведений по ремонту одежды, химчисток и прачечных; предоставление образовательных (услуги репетиторов, гувернантов, нянь и др.) и медицинских услуг (уход за пожилыми людьми, больными, людьми с ограниченными возможностями и др.); так называемый *hand make* и др.

Сравним два направления деятельности ЖСП: выращивание и сбыт сельхозпродукции и предоставление образовательных услуг. Так, в первом случае финансовые ресурсы чаще всего выражены в денежной форме, имеют исключительно целевое назначение, обладают большей ликвидностью в сравнении с другими ресурсами, постоянно находятся в движении, причем процесс их формирования и использования сопряжен с рисками [11, с. 7]. Во втором – существенно амортизированы все характеристики, что свидетельствует о немаловажных отличиях внутри ЖСП.

Финансовая поддержка ЖСП для перспектив устойчивого развития Украины предполагает оценку финансовой устойчивости как фактора общей устойчивости общества. Для этого нами проведен опрос женщин – социальных предпринимателей в рамках профильного тренинга. Они представили все регионы Украины, и все находились на начальном этапе предпринимательства. Результаты анализа данных опроса свидетельствуют, что финансовая устойчивость является ключевым фактором общей устойчивости ЖСП, а тем более перспектив его развития. Такие характеристики, как прочность и стабильность финансового состояния, симметричность и соразмерность собственным и привлеченным финансам, выполнимость взятых кредитных обязательств, в малой степени присущи ЖСП, а тем более на этапе становления бизнес-практики. Это же влияет на принятие решения о ее расширении.

Проведенный нами опрос женщин-предпринимателей в рамках тренинга показал, что только около 2 % респонденток считают свой бизнес финансово стабильным настолько, что они думают о его расширении и вносят соответствующие коррективы

в бизнес-план. Остальные заявили, что испытывают высокую потребность в привлечении дополнительных финансовых ресурсов (таблица).

Таблица. – Данные опроса женщин – социальных предпринимателей

Шкала оценки финансового положения ЖСП	Число ответов
«5» – Целиком стабильное финансовое положение за счет собственных средств, которое способствует расширению бизнес-практики и социальной миссии	2
«4» – Условно стабильное финансовое положение за счет собственных средств, при том, для эффективного воспроизводства производственного потенциала бизнес-практики и выполнения социальной миссии существует потребность в дополнительных финансовых ресурсах	3
«3» – Стабильность финансового положения поддерживается за счет как собственных, так и привлеченных средств, а ЖСП зависит от внешнего финансирования, которое не превышает собственных финансовых ресурсов	14
«2» – Финансовое положение чрезвычайно зависимо от внешнего финансирования, которое превышает собственные финансовые ресурсы	24
«1» – Нестабильное финансовое положение	5

Как видно, лишь незначительная часть ЖСП имеет в своем распоряжении исключительно собственные финансовые средства. Подавляющее большинство респондентов указали, а при устных комментариях подтвердили, что для эффективного воспроизводства производственного потенциала бизнес-практики и выполнения социальной миссии у них возникает потребность в дополнительных финансовых ресурсах.

Финансовые инструменты ЖСП не отличаются разнообразием: собственная коммерческая деятельность и продажа продукции/услуг – это наиболее распространенный источник. Анализ структуры источников поступления дополнительных финансовых ресурсов показал, что на первом месте – грантовая поддержка, на втором – льготное кредитование и далее прямая государственная финансовая поддержка путем прямого финансирования, создание целевых фондов, кредитование под государственные гарантии. Иные по значимости – это кредиты, спонсорские взносы, благотворительные взносы, взносы членов предприятия, целевое финансирование, инвестиции учредителей. Заметим, что все респондентки указали на финансово-кредитную политику государства как таковую, которая недостаточно учитывает социальную роль женщины вообще и в украинском обществе в частности. Наиболее адекватная государственная поддержка – это финансовые программы поддержки ЖСП, предназначенные для реализации тех или иных экономических и социальных/социокультурных целей, которые между собой синхронизированы.

Остановимся на инновационных финансовых инструментах поддержки ЖСП в Украине (указаны по значимости на этапе открытия).

1. Краудфандинговые мероприятия, «спільнокошт» (укр.): благотворительный магазин «Шафа добрих речей» (автор проекта Н. Рябуха).

2. Благотворительные взносы.

3. Гранты: первые украинские благотворительные магазины «Ласка», «Я жінка!» (автор проекта И. Мартынюк), семейный клуб «Територія позитиву» (автор проекта С. Лукьянченко), женский клуб «Від дискусії – до дії» (автор проекту Т. Карпив), центр досуга для детей из восточных областей Украины и местного сообщества (автор проек-

та Е. Моргун), «Незрячі лідери» (автор проекта В. Московченко), мастерская личностного успеха (автор проекта Г. Симончук), память поколений (автор проекта М. Чинякова), эпоха новых лидеров (*укр.* – лідерок – О.Ж., Е.Ж.) (автор проекта М. Шегер) [20].

4. Предпринимательская деятельность: магазин «Ласка», благотворительный магазин «Шафа добрих речей», проект «Туристичне село Крива Лука» (автор проекта Я. Синица) и др.

В дальнейшем все ЖСП планируют самофинансирование. При невысоком качестве финансовых инструментов и недоступности для всех женщин – социальных предпринимателей внешних источников финансирования, а также при небезукоризненных способах их распределения между сферами экономики и хозяйствующими субъектами и по причине зависимости финансирования от направления деятельности и социальной миссии ЖСП. Весьма важным является целенаправленное формирование тенденции финансовой поддержки ЖСП.

Какие же возможные направления привлечения внимания к финансированию ЖСП можно выделить? Мы остановимся на трех:

1. Адвокационный. Цель – продемонстрировать представителям местной власти, крупного бизнеса, масс-медиа возможности ЖСП для решения острых проблем всех категорий сообщества; методы: подготовка и презентация отчетов, аналитических справок о деятельности соответствующих организационно-правовых моделей ЖСП, а также проведение дискуссионных мероприятий, адвокационных кампаний, информационно-просветительских акций.

2. Практико-ориентированный. Цель – ознакомить заинтересованные стороны с существующим зарубежным опытом финансирования ЖСП и его результатами для устойчивого развития региона, а также экономики страны в целом. Методами могут стать информационные материалы ЕС, комплекс мероприятий для поддержки ЖСП, описание иностранного опыта финансирования ЖСП.

3. Партнерский. Цель – улучшение взаимодействия между заинтересованными сторонами, определение всех стейкхолдеров и бенефициаров, а в дальнейшем – установление партнерских отношений и координация действий по финансированию ЖСП.

Следует постоянно лоббировать вопросы:

1) финансовых ресурсов из привлеченных и невозвратных источников финансирования ЖСП;

2) государственных программ финансовой поддержки ЖСП в ближайшей и далекой перспективе для прогнозирования масштабов производства и реализации социальной миссии;

3) дифференциации ЖСП по степени важности социальной миссии и производства для планирования внешних финансовых поступлений и минимизации рисков.

Рассмотрим несколько наиболее перспективных вариантов.

1. Привлечение государства в финансирование проектов на этапе их становления и/или развития. Как механизм государственной поддержки финансирование проектов СП предполагает незначительные вложения на первоначальном этапе при дальнейшем получении социального эффекта, нового источника налоговых поступлений, стабильного развития территориального сообщества и самозанятости населения. Слабое использование инструментов микрофинансирования не способствует достойной конкуренции ЖСП не только средним и крупным предприятиям, которые принимают участие в тендерах на получение государственных заказов в определенных сферах. Продукцию и услуги ЖСП следует включить в список обязательных государственных закупок. Подобная мера будет чрезвычайно положительным фактором развития ЖСП и МП.

2. Со стороны местной власти наилучшая поддержка – это бесплатная аренда помещений, временное использование (аренда) дорогостоящей техники.



3. Финансовое содействие ЖСП со стороны финансового сектора: беспроцентные и/или льготные кредиты, займы на определенный период – надлежит поддерживать через заинтересованность и высокий уровень мотивации не только со стороны государства, но и путем формирования общественного мнения. К примеру, Программа социального инвестирования WNISEF в партнерстве с коммерческими банками разработала механизм льготного кредитования СП [13].

4. Фандрейзинг. Технологии: подача заявок на гранты, участие в общих проектах и целевое финансирование по программам международных организаций, специальные мероприятия по сбору средств (благотворительные акции, аукционы, концерты и др.), членские взносы «материнских» государственных организаций, участие в проектах, финансируемых государством; привлечение волонтеров и др.

5. Краудфандинг. Особое значение имеет соединение максимально возможного количества финансовых инструментов. По нашим данным, наиболее весомыми результатами, ожидаемыми от ЖСП, могут стать долговременные позитивные изменения во многих государственных и общественных сферах.

ЖСП в экономике – это:

1) зарождающаяся тенденция женского предпринимательства по «зову души и сердца» во имя справедливости, всеобщего блага – высшей цели, достигаемой усилиями наиболее ответственной наиболее подверженной экономическим рискам части населения – женщинами;

2) курс на кардинальное изменение объема таких понятий, как бизнес, выгода, прибыль, убыток, а также сущности взаимодействия общества и предпринимателей;

3) формирование социального капитала с «женской душой и сердцем» и опосредованного влияния на повышение социальной ответственности крупного бизнеса;

4) удовлетворение потребностей наиболее уязвимой части населения, а также повышение общего благосостояния.

ЖСП в политической сфере – это влияние на потребителя как электорат средствами социально ориентированной бизнес-практики и использование бизнес-сообществом СП в качестве прессинга, используемого в предвыборных кампаниях.

ЖСП в рамках административно-территориальной реформы – это:

1) новый тип взаимодействия с государственными и местными органами власти, выходящий за рамки фискальной сферы;

2) создание специальных фондов развития партнерских организаций, крупного бизнеса, некоммерческих учреждений, негосударственных организаций, доноров, ставящих целью укрепление различных аспектов административно-территориальной реформы на местах;

3) экспериментальная площадка по апробации и формированию партнерских отношений для сотрудничества при решении социальных вопросов на местах;

4) механизм, запускающий самостоятельно инициированные процессы повышения качества жизнедеятельности сообщества;

5) критерий социальной ориентированности законодательно-исполнительной власти;

6) стимулирование процессов (ре)генерации местных сообществ, регионов, поскольку они нередко расположены в центре административно-территориальной единицы и сотрудничают с местными жителями.

ЖСП в рамках гражданского общества – это:

1) сфера деятельности активных агентов социальных изменений, новаторов-предпринимателей с социально ориентированным мышлением;

2) источник гражданских инициатив;

3) экспериментальная площадка для формирования институтов гражданского общества и апробации не адаптированных к местным условиям бизнес-практик;

4) поле для формирования лидеров, намеренных объединить вокруг себя единомышленников, выявить наиболее слабые места в организации жизнедеятельности сообщества и организовать поступление необходимых ресурсов для достижения качественно нового уровня жизни с долгосрочным эффектом.

ЖСП в рамках сферы занятости – это:

1) создание рабочих мест, осознание ответственности за все финансовые и иные риски, поиск инновационных методов, технологий, т.е. решение проблемы занятости и/или неполной (временной) занятости без участия государственных органов;

2) бизнес-практика, которая благодаря масштабируемости и тиражируемости, становится образцом для подражания;

3) инструмент вовлечения в сферу занятости и трудоустройства тех социальных групп, которые были исключены из нее по объективным причинам с перспективой существенного улучшения психологического благополучия, материального обеспечения и социокультурного развития.

Для выхода ЖСП на качественно новый уровень важно решить несколько задач. Прежде всего, необходимо максимально разнообразить финансовую поддержку проектов ЖСП, поскольку эффективность воплощения идеи ЖСП напрямую зависит от финансовых средств.

### **Заключение**

МП – это качественно новое предпринимательство, возродившееся на почве культурной традиции совместного решения проблем сообщества «толоки», становящееся все более привлекательной бизнес-практикой для молодежи, незанятых женщин трудоспособного возраста и пенсионеров, – ЖСП.

Уточнение и конкретизация дефиниции ЖСП, его перспектив для устойчивого экономического развития позволили выявить наиболее перспективные направления привлечения внимания к финансированию ЖСП, а именно: **адвокационный** (для демонстрации представителям местной власти, крупного бизнеса, масс-медиа возможностей ЖСП); **практико-ориентированный** (для ознакомления заинтересованных сторон с существующим зарубежным опытом финансирования ЖСП); **партнерский** (для улучшения взаимодействия между заинтересованными сторонами, определения всех стейкхолдеров и бенефициаров, а в дальнейшем – установления партнерских отношений и координации действий по финансированию ЖСП).

ЖСП требует постоянного привлечения заимствованных средств. Финансирование ЖСП – это первостепенный фактор вовлечения женщин в социально ориентированную трудовую деятельность (в Украине арсенал финансовых инструментов весьма скуден). Такое заключение появляется в результате анализа теоретических вопросов ЖСП, данных по финансированию СП в целом, а также результатов нашего опроса.

Для выхода ЖСП на качественно новый уровень важно решить несколько задач. Прежде всего, необходимо максимально разнообразить финансовую поддержку проектов ЖСП. С целью диверсификации финансовых инструментов следует использовать:

1) коммерческие операции не только с частными лицами, но и с государственными организациями;

2) гранты не только зарубежных фондов, но и от правительственных организаций;

3) социальные инвестиции, которые предполагают возврат инвестированных средств, нередко с процентами, а также требуют подтверждения ожидаемых качественных изменений в социальном плане как результата инвестирования в проект ЖСП;

4) некоммерческие организации и фонды, которые на постоянной основе поддерживают ЖСП путем финансирования программ и проектов социального предпринимательства на начальном этапе.

Данный подход значительно улучшит финансовую поддержку ЖСП, углубит его экономическую сущность параллельно с социальной составляющей, а также станет действенным фактором устойчивого развития административного региона и страны в целом. Таким образом, СП в нынешних условиях реформирования государственной и общественной сфер это инструмент упрочения общественных связей, источник новых социокультурных, экономических и политических тенденций, общественных отношений, механизм устойчивого и поступательного развития местного сообщества и укрепления национальных культурно-исторических традиций.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Bornstein, D. *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know* / D. Bornstein, S. Davis. – Oxford : University Press, 2010. – P. 1.
2. Галушка, З. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні / З. Галушка // *Економіка*. – 2013. – № 148. – С. 15–21.
3. Глібовицький, Є. У пошуках прориву зі стабільним результатом: як соціальним підприємствам перемагати в конкуренції та утримувати успіх [Електронний ресурс] / Є. Глібовицький. – Режим доступу: <http://www.social-business.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/126-u-poshuku-proryvu-z-stabilnym-rezultatom-yak-sotsialnym-pidpryyemstvam-pere-mahaty-v-konkurentsiyi-ta-utrymuvaty-uspi>. – Дата доступу: 08.01.2018.
4. Жорнова, О. Жіноче соціальне підприємництво в Україні: чи варто воно фінансової підтримки [Електронний ресурс] / О. Жорнова, О. Жорнова // *Громадський простір*. – Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?blogs=zhinoche-sotsialne-pidpryjemnytstvo-chy-varte-vono-finansovoji-pidtrymky>.
5. Жорнова, О. Психологія самозайнятості на теренах України як наукова проблема та запит практики / О. Жорнова // *Психол. науки: проблеми і здобутки*. – 2015. – Вип. 8. – С. 58–81.
6. Загакайло, О. Соціальне підприємництво – неочінена необхідність [Електронний ресурс] / О. Загакайло. – Режим доступу: [https://dt.ua/economics\\_of\\_regions/socialne-pidpryu-ennictvo-neocinena-neobhidnist-.html](https://dt.ua/economics_of_regions/socialne-pidpryu-ennictvo-neocinena-neobhidnist-.html). – Дата доступу: 12.01.2018.
7. Как британское правительство развивает социальное предпринимательство? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://by.odb-office.eu/ekspertyza/\\_sacyjalnaje-pradprymalnictva/kak-britanskoe-pravitelstvo-razvivaet-socialnoe-predprinimatelstvo](https://by.odb-office.eu/ekspertyza/_sacyjalnaje-pradprymalnictva/kak-britanskoe-pravitelstvo-razvivaet-socialnoe-predprinimatelstvo). – Дата доступа: 12.01.2018.
8. Каталог соціальних підприємств України 2016–2017 рр. [Електронний ресурс] // *Громадська організація «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI»*. – Режим доступу: [socialbusiness.in.ua](http://socialbusiness.in.ua). – Дата доступу: 13.01.2018.
9. Назарук, В. П'ять великих можливостей для розвитку соціального підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / В. Назарук. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/156-5-velykykh-mozhlyvostei-dlia-rozvytku-sotsialnoho-pidpryiemnytstva-v-ukraini>. – Дата доступу: 13.01.2018.
10. Новый взгляд на социальное підприємництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gurt.org.ua/news/recent/13225/>. – Дата доступу: 14.01.2018.
11. Олійник, К. А. Фінансове забезпечення малих сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / К. А. Олійник ; М-во аграр. політики та продовольства України, Миколаїв. нац. аграр. ун-т. – Миколаїв, 2013. – 23 с.
12. Підсумковий звіт за результатами дослідження «Соціальні підприємства в Україні». – Київ, 2017. – 32 с.
13. Програма соціального інвестування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/instrumenty/finansuvannia-sotsialnykh-pidpryiemstv>. – Дата доступу: 14.01.2018.

14. Проць, Н. Соціальне підприємництво – запорука економічної стабільності та суспільної рівноваги [Електронний ресурс] / Н. Проць. – Режим доступу: <http://lcci.com.ua/socialne-pidpryyemnyctvo-dosvid-norvegiji>. – Дата доступу: 15.01.2018.

15. Рейтинг благоприятных для социального предпринимательства стран в 2016 г. (по данным Фонда агентства «Thomson Reuters Foundation» в кооперации с Deutsche Bank, UnLtd и the Global Social Entrepreneurship Network) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media.rspp.ru/document/1/9/f/9f8fdc4f4d8bd30cb0c31a29333cc-835.pdf>. – Дата доступа: 15.01.2018.

16. Розвиток соціального підприємництва та створення нових робочих місць [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eef.org.ua/programi/mistsevij-ekonomichnij-rozvitok/rozvitok-sotsialnogo-pidpriyemnitstva>. – Дата доступу: 03.01.2018.

17. Смаль, В. Що слід знати про соціальне підприємництво / В. Смаль, В. Кокоть. – Київ, 2017. – 54 с.

18. Спільнокошт – краудфандинг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/>. – Дата доступу: 05.01.2018.

19. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // Journal of World Business. – 2006. – Vol. 41. – С. 36–44.

20. Український жіночий фонд: Проекти, підтримані УЖФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://firststep.uwf.kiev.ua/rus/projects>. – Дата доступу: 02.01.2018.

21. Шаповалова, Т. В. Соціальне підприємництво і фандрейзинг / Т. В. Шаповалова. – Київ : МФСА, 2016. – 186 с.

22. Шевченко, Л. Бизнес и благотворительность в одном флаконе. Проблемы и перспективы социального предпринимательства в Украине [Электронный ресурс] / Л. Шевченко. – Режим доступа: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/volontery-sdengami-kak-rabota-et-socialnoe-predprinimatelstvo-v-ukraine-366210>. – Дата доступа: 09.01.2018.

Рукапіс паступіў у редакцію 14.04.2018

**Zhornovaya O.I., Zhornovaya E.I. The Small Business with Social Ventures: Financial Support and Gender Perspective for Sustainable Development of Ukraine**

*Social entrepreneurship and its gender aspect - women's social entrepreneurship as a qualitatively new entrepreneurship is considered in the article. An assessment is made of its influence on the cultural traditions of the collective solution of problems of society. Its cultural and historical origin is defined - the toloka tradition. The definitions and criteria for women's social entrepreneurship are analysed, dismantled financial support as a primary factor in its development is highlighted, the content of this process and tools are revealed.*