

3. Обов'язкова реєстрація платником ПДВ при перевищенні обороту в 300 000 грн. за 12 місяців.

4. Необхідність оплачувати прибутковий податок авансом щокварталу. Авансові платежі розраховуються платником податку самостійно, але їхній сукупний розмір не може становити менше 100% річної суми податку, сплаченого за минулий рік. Авансові платежі перераховуються по 25% щокварталу: до 15 березня, 15 травня, 15 серпня і 15 листопада відповідно.

5. Необхідність використання реєстраторів розрахункових операцій (РРО), відповідно до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг»[4].

Отже, головними чинниками, які впливають на величину податкових зобов'язань підприємців, що обрали загальну систему оподаткування, обліку та звітності, є такі:

- співвідношення між доходами та витратами;
- величина доходів, що не включаються до складу валового доходу, та величина витрат, які не можуть бути віднесені до складу витрат виробництва;
- величина витрат, що підлягають амортизації;
- величина сум ПДВ, включеного до ціни товарів, робіт, послуг, та величина податкового кредиту [4, с. 39].

Таким чином, загальна система оподаткування, обліку та звітності на багато складніша в адмініструванні. Перебуваючи на загальній системі оподаткування, фізична особа - підприємець повинен подавати набагато більше звітності, ніж якби він перебував на спрощеній. Порядок нарахування окремих податків доволі складний, потребує професійних знань та досвіду.

Література: 1. Податковий кодекс України [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> 2. Новіков С.- Податковий Кодекс: мале підприємництво. – Х.: Фактор, 2011.- 192с. 3. Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80> 4. Костюк О.М. Особливості реформування спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу : дисс. канд. екон. наук: спец.12.00.07. – Національний технічний університет України. – 2009. – 40 с.

ЕВРОПЕЙСКИЕ И АМЕРИКАНСКИЕ ТРАДИЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Юрманова Е.А., ДИЖТ, г. Донецк, Украина

В 80-е гг. XX в. в странах Западной Европы и США зарождается новое институциональное явление – социальное предпринимательство, распространение которого западные исследователи пытаются объяснить в контексте трансформаций социальной политики государства всеобщего благосостояния, усиления социальной ответственности бизнеса, перспектив развития третьего, социального сектора современной рыночной экономики. К началу XXI в. социальное предпринимательство стало еще более активным и разнообразным по направлениям и организационно-правовым формам деятельности в первую очередь в постиндустриальных экономических системах. Подобное разнообразие, очевидно, следует связывать с участием в их создании неоднородных общественных сил, определенными различиями в институциональной среде тех государств, в которых социальное предпринимательство и социальные предприятия появлялись. Перспективы продвижения социального предпринимательства и социальных предприятий в посттрансформационных экономиках, к каковым относится и экономика Украины, проблемы выбора адекватных национальным и социально-экономическим особенностям развития страны бизнес-моделей социального предпринимательства актуализируют потребность в сопоставлении европейских и американских подходов к данному явлению на основе обзора социально-экономических исследований авторов из обоих регионов, выявления методологических различий и извлечении

необходимых уроков, учет которых обеспечил бы успешный (и результативный) характер деятельности подобных новых организаций в отечественной хозяйственной системе.

Развернутая сравнительная характеристика европейского и американского подходов к социальному предпринимательству и его организационной структуре – социальному предприятию – представлена в исследовании бельгийских авторов Дефорни (Defourny) и Ниссенс (Nyssens) [1]. При этом нужно учитывать, что названные специалисты отражают не только собственные взгляды, но и представляют исследовательские традиции EMES (Европейская исследовательская сеть), которая специализируется на изучении социальных предприятий. Именно определение EMES, данное социальным предприятиям, рассматривается в качестве наиболее фундаментального в контексте веберовской теории «идеального типа», позволившей идентифицировать рассматриваемые формы деятельности на основе экономических и социальных критериев. К экономическим критериям относятся: 1) непрерывный характер деятельности, связанной с производством товаров и предоставлением услуг; 2) высокая степень автономии; 3) существенный уровень экономического риска; 4) минимальный размер оплачиваемой работы. Социальная сущность социальных предприятий определяется на основе следующих индикаторов: 1) явная цель принести пользу сообществу; 2) инициатива, исходящая от группы граждан; 3) принятие властных решений не основано на собственности на капитал; 4) естественное участие различных сторон, затронутых деятельностью таких предприятий; 5) ограниченное распределение прибыли [1, с. 43]. Подобная понятийная конструкция позволила включить в полиформную систему социальных предприятий такие субъекты хозяйствования с выраженной социальной направленностью деятельности, как кооперативы, общества взаимопомощи, а также учесть влияние рыночной среды и значимость принципа экономической эффективности, что является существенным для социального предприятия и социального предпринимательства в рамках американских исследовательских традиций.

Дефорни и Ниссенс предполагают, что понятие «социальное предприятие» как устойчивый термин впервые появляется в Италии, где в 1990 г. вышел журнал с названием «Impresa sociale» («Социальное предприятие»). Причем уже в следующем году итальянский парламент признал юридически форму «социального кооператива», через которую, по сути, стали реализовываться идеи социального предпринимательства. Во Франции, Португалии, Испании, Греции, Швеции социальные предприятия также функционируют в кооперативной форме: португальские «социальные кооперативы солидарности», испанские «кооперативы социальной инициативы», греческие «социальные кооперативы с ограниченной ответственностью», французские «социальные кооперативы коллективного интереса», шведские новые рабочие кооперативы, родительские кооперативы и т.д. Отличительной особенностью социальных кооперативов от традиционных кооперативных форм является то, что им присущ гетерогенный состав участников (заинтересованных сторон), куда входят благополучатели и пользователи услуг, сотрудники, волонтеры, члены, обеспечивающие финансирование, даже представители власти. Также предполагается, что те, для которых социальное предприятие создано, должны выполнять посильную работу или иным образом участвовать в его деятельности. К основным направлениям деятельности социальных предприятий относятся: социальное обеспечение и социальная реабилитация социально уязвимых групп населения, здравоохранение, образование и профессиональное обучение, защита окружающей среды, социальный туризм и т.п.

Американский исторический контекст социального предпринимательства демонстрирует множественность и разнообразие исследовательских подходов в описании предпринимательского поведения с социальными целями, которое реализовывалось в основном в границах некоммерческого сектора. К середине 90-х гг. XX в. все это терминологическое разнообразие, в конечном счете, привело к утверждению в качестве основополагающих триады понятий «социальное предпринимательство», «социальные предприниматели», «социальные предприятия» [2].

В рамках американских традиций социального предпринимательства принято выделять несколько исследовательских школ. Представители первого подхода («школа заработанного дохода» – the «Earned Income» school of thought) сосредоточиваются на проблемах

самофинансирования неприбыльных (некоммерческих) организаций («commercial non-profit approach»). Объектом исследования второй школы стали коммерческие предприятия, руководствующиеся при реализации бизнес-инициатив также и социальными целями («social-purpose business approach»). Сторонники третьего подхода в анализе социального предпринимательства – «школы социальных инноваций» (the «Social Innovation» school of thought) – акцентируют внимание на предпринимательском (в шумпетеровском контексте – инновационном) и преобразовательном потенциале социальных предприятий [1, с. 41-42]. Поэтому неслучайно центральными дефинициями американских и близких им методологически англосаксонских исследований организационных форм социальной деятельности являются «социальное предпринимательство», «социальный предприниматель», в то время как «социальное предприятие» выступает своеобразной производной организационной конструкцией. Сравнение этих школ позволяет утверждать, что применяемые ими исследовательские подходы не имеют концептуальных противоречий, а, наоборот, способствуют изучению феномена социального предпринимательства комплексно, с разных сторон, выявляя такие его принципиальные черты, как приоритет социальных инноваций, ярко выраженная социальная целенаправленность, маркетинговые методы работы.

Европейские исследователи уделяют первоочередное внимание понятию «социальное предприятие», которое, по их мнению, развивает исторические традиции кооперативного и ассоциативного движения в Европе.

Література: 1. Defourny J., Nyssens M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences // *Journal of Social Entrepreneurship*. – 2010. – Vol. 1, № 1. – P. 32–53. 2. Kerlin J. Social enterprise in the United States and Europe: understanding and learning from the differences // *Voluntas*. – 2006. – Vol. 17, № 3. – P. 247–263.