

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Факультет культурології
Кафедра менеджменту культури та соціальних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

Освітньо-професійна програма «Менеджмент культури та соціальний
маркетинг»

на тему: «Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення
проблем суспільства»

Виконала: студентка бакалавратури
спеціальність 0.28

«Менеджмент соціокультурної діяльності»

Кострикіна В.О.

Керівник: кандидат економічних наук, доцент
кафедри менеджменту культури та
соціальних технологій

Полякова О.М.

Кваліфікаційна робота допущена до захисту
рішенням кафедри менеджменту культури та соціальних технологій

Протокол № ____ від « ____ » _____ 202__ р..

Завідувач кафедри _____ доц.. Альберт ЦЕРКОВНИЙ

Харків 2023

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФЕНОМЕНА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА..... | 6 |
| 1.1 Сутність соціального підприємництва та підходи до його визначення..... | 6 |
| 1.2 Ціннісний та інноваційний аспекти підприємницької діяльності..... | 9 |
| 1.3 Роль соціального підприємництва в економіці та суспільстві..... | 12 |
| РОЗДІЛ 2. СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА..... | 15 |
| 2.1 Соціальне підприємництво в країнах світу: огляд моделей та практик ведення бізнесу..... | 15 |
| 2.2 Особливості розвитку соціального підприємництва в Україні..... | 20 |
| 2.3 Бар'єри розвитку соціального підприємництва в Україні..... | 26 |
| РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ..... | 28 |
| 3.1 Обґрунтування доцільності реалізації проекту з розвитку соціального підприємництва..... | 28 |
| 3.2 Бізнес-модель соціального підприємництва..... | 30 |
| 3.3 Оцінка економічної та соціальної ефективності..... | 34 |
| ВИСНОВКИ..... | 39 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 43 |
| ДОДАТОК А. Соціальне підприємництво..... | 50 |
| ДОДАТОК Б. Продукція підприємства RELAXНОМЕ..... | 51 |

ВСТУП

Сучасний світ розвивається під впливом цифровізації економічного та суспільного життя, в умовах соціальних і політичних воєн та конфліктів, економічної нестабільності та невизначеності. Україна наразі переживає найскладніші та трагічніші часи свого існування. І сьогодні одним з ефективніших інструментів вирішення економічних й соціальних проблем, ключовим фактором громадянського суспільства є соціальна підприємницька діяльність.

Соціальне підприємництво створює не споживацьку, а соціальну цінність, забезпечує можливість залучення спільноти до вирішення гострих проблем, простягає руку допомоги тим, хто потребує підтримки, дозволяє реалізувати інноваційні ідеї та зробити цей світ краще. На відміну від волонтерської діяльності, або діяльності благодійних, громадських та інших неприбуткових організацій, соціальне підприємництво має великий вибір організації бізнес моделі: від спрямування прибутків на соціальні справи до надання роботи для менш захищених верств населення, або фінансування бізнес-ідей та стартапів. Головним є соціальна цінність, інноваційність та забезпечення добробуту суспільства.

Питанням організації соціального підприємництва присвячено багато наукових праць та практичних доробок зарубіжних й вітчизняних вчених, зокрема Х. Боуена, Б. Дрейтона, П. Друкера, Дж. Мейра, Дж. Вей-Скіллерна, Ф. Перріні, О. Ачкасової, О. Гавриш, В. Горіна, О. Івченкової, О. Кацьори, В. Кифяк, А. Корнецького, А. Томашевської, М. Школяра та багатьох інших. Дослідники визначають правові, організаційні та економічні аспекти розвитку соціального підприємництва, особливості його бізнес-моделей. Означені питання набувають особливої актуальності в умовах невизначеності та активного розвитку соціальної взаємодії суб'єктів господарювання. Це обумовлює вибір теми дослідження.

Мета роботи – розкриття ролі соціального підприємництва як інноваційного інструменту вирішення проблем суспільства.

У відповідності з метою в роботі передбачено вирішення таких завдань:

- виявлення сутності соціального підприємництва та підходів до його визначення;
- визначення ціннісного та інноваційного аспектів підприємницької діяльності;
- розкриття ролі соціального підприємництва в економіці та суспільстві;
- аналіз соціального підприємництва в країнах світу: огляд моделей та практик ведення бізнесу;
- характеристика особливостей розвитку соціального підприємництва в Україні;
- виявлення бар'єрів розвитку соціального підприємництва в Україні;
- обґрунтування доцільності реалізації проєкту з розвитку соціального підприємництва;
- характеристика бізнес-моделі соціального підприємництва;
- оцінка економічної та соціальної ефективності діяльності.

Об'єктом дослідження є підприємницька соціальна діяльність в Україні.

Предмет дослідження – організація соціального підприємства як інноваційного інструменту вирішення проблем суспільства.

Практична значимість дослідження полягає у можливості практичного застосування розроблених рекомендацій щодо організації діяльності соціального підприємства в м. Харкові.

Методи дослідження: методи аналізу, синтезу, методи стратегічного аналізу, структурно-функціональні методи.

Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків; містить 47 сторінок тексту (без додатків), 11 рисунків, 10 таблиць, 2 додатки (на 2 сторінках). Список джерел включає 31 найменувань літератури, 29 електронних публікацій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФЕНОМЕНА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1 Сутність соціального підприємництва та підходи до його визначення

Одним із сучасних інструментів взаємодії суспільства, бізнесу та влади є соціальне підприємництво, спрямоване на вирішення соціальних проблем та досягнення соціального впливу. Сьогодні соціальне підприємництво називають оператором соціальної економіки, інноваційним вектором, новим способом життя, мислення, роботи. Особливої актуальності створення соціальних підприємств набуває в умовах сьогодення: воєнні дії, наслідки пандемії Covid-19, розгубленість та втрата звичного життя створюють потреби в соціальних цінностях та одночасно – передумови для розвитку підприємницької дії та втілення інноваційної ідеї.

Розглянемо сутність визначення соціального підприємництва та проаналізуємо підходи до його трактування. Соціальне підприємництво як вид діяльності існує з початку XIX століття. Походження терміну пов'язують з кількома вченими: Хоуардом Боуеном, автором концепції соціальної відповідальності бізнесу [54]; Моххамедом Юнусом, який розглядав соціальне підприємництво як будь-яку інноваційну діяльність, мета якої є допомога суспільству; Біллом Дрейтоном – засновником благодійної організації «Ashoka», яка надавала гранти підприємцям за нестандартні рішення соціальних проблем [43, 44]; Пітером Друкером – автором концепції соціальних інновацій [44]. Інакше кажучи, питання вирішення проблем соціуму за допомогою інноваційного підходу, прийняття нестандартних рішень, небайдужість до людей та вміння вбачати можливості у будь-якій ситуації, є підґрунтям для появи феномену соціально-підприємницького спрямування, що поступово перетворилося у соціальне підприємництво як вид діяльності.

В Господарському Кодексі України приводиться визначення підприємництва як «самостійної, ініціативної, систематичної, на власний ризик господарської діяльності, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [1, Ст. 42]. На жаль, у вітчизняному законодавстві не має визначення саме соціального підприємництва.

Розглянемо найпоширеніші визначення соціального підприємництва, які наводять у своїх працях зарубіжні та вітчизняні автори. Цікавим та містким є визначення Грегорі Діза, який визначає соціальних підприємців як «агентів змін у соціальній сфері», визначає інноваційність їх діяльності та соціальну цінність місії та акцентує увагу на підвищеній відповідальності підприємця перед цільовою аудиторією, його готовності діяти та вишукувати нові можливості [цит. за 30].

А. Передо та М. МакЛін визначають соціальне підприємство як «взаємодію особи чи групи осіб для створення соціальної цінності, яка відбувається з використанням наявних можливостей, інновацій, прийняттям ризику та в умовах обмежених ресурсів» [цит. за 27].

Соціальне підприємництво визначається як спільне створення цінності в соціальному та екологічному аспектах, окрім простої максимізації прибутку, що дозволяє вирішити деякі ключові проблеми, серед іншого, бідність, безробіття, гендерну нерівність, соціальне відчуження та захист навколишнього середовища [58].

Для характеристики концепції соціального підприємництва необхідні різноманітні підходи, які включають інші підконцепції, такі як соціальні інновації або соціальну цінність. Довгострокове бачення відрізняє соціальні підприємства, які прагнуть закріпити соціальні цінності у своїх організаціях від інших видів підприємств. Поєднання соціальними підприємствами державної та приватної сфери шляхом мобілізації приватних ресурсів для забезпечення суспільного

добробуту та бажання надавати соціальні блага іншим відоме як «просоціальне ставлення» [58].

В світовій науці поширеними є чотири підходи до визначення соціального підприємництва:

1) широкий підхід або «школа соціально орієнтованого бізнесу» – заснований на розумінні соціального підприємництва як діяльності, яка передбачає досягнення соціальної мети. Послідовниками цього підходу є Е. Шоу, Дж. Вірвардена, Г. Морт, А. Фоулер [23]. Недоліком такого підходу є неможливість визначення особливостей соціального підприємництва, оскільки соціальний ефект може мати будь-яка інша діяльність та будь-яка організація;

2) комерційно-соціальний підхід (А. Макміллан, Дж. Робінсон) – заснований на розумінні соціального підприємництва як діяльності, що спрямована на отримання як комерційних, так і соціальних результатів. Цей підхід перекликається з баченням сутності соціального підприємництва українським ІТ та медіа експертом та засновником соціальної компанії «ЛавГав» Дмитром Федоренко, який визначає соціальне підприємництво як «діяльність, прибутки від якої йдуть не лише на зарплату та фінансове збагачення, але й на вирішення соціальної проблеми» [45];

3) інноваційний підхід або «школа соціальних інновацій» (Дж. Мейр, Дж. Вей-Скіллерн, Ф. Перріні) - визначає соціальне підприємство як діяльність, орієнтовану на впровадження інновацій у соціальній сфері. На наш погляд, такий підхід, з одного боку, звужує визначення соціального підприємництва через інноваційність, проте в той же час наголошує на його основній переважній характеристиці – зміненні ситуації на краще;

4) проблемно-орієнтований підхід або EMES-підхід (К. Лідбітер) – розглядає соціальне підприємництво діяльність із залучення коштів із зовнішніх джерел для вирішення певних соціальних проблем суспільства [26].

Таким чином, різноманітність підходів до визначення сутності соціального підприємництва та його розуміння як мету діяльності, збалансованість економічних і соціальних цілей, впровадження інновацій та розвиток соціального капіталу свідчить про те, що це дуже широке поняття, яке поєднує різні організації і має багато граней зіткнення між соціальною сферою, бізнесом та державними структурами. Разом з тим, всі ці підходи вказують на пріоритетність соціальної мети такої діяльності.

В Україні сучасні науковці визначають соціальне підприємництво як «інноваційну діяльність, яка направлена на вирішення соціальних проблем суспільства» [40], або як «господарську діяльність, мета якої полягає у досягненні соціальних змін і вирішенні соціальних проблем» [12]. В той час як соціальні підприємці наголошують на розвитку соціального підприємництва «не стільки в розрізі фінансової, економічної, регуляторної, адміністративної та інших, а як завдання в першу чергу гуманітарної політики» [19].

1.2 Ціннісний та інноваційний аспекти підприємницької діяльності

Соціальне підприємництво має певні властивості, що відрізняють його від соціальної відповідальності, неприбуткової діяльності, благодійності та інших учасників соціального спрямування. Соціальне підприємництво поєднує організації різних сфер діяльності та форм власності. Головним спільним для них є вирішення соціальної проблеми. Таким чином, соціальними підприємствами можуть бути:

- організації, що працевлаштовують вразливі категорії населення;
- компанії, що займаються наданням соціальних послуг;
- громадські організації, що здійснюють соціальні зміни у суспільстві;
- комерційні підприємства, що спрямовують частину свого прибутку на соціальні дії [42].

Варто зазначити, що на практиці соціальне підприємство в Україні найчастіше являє собою поєднання громадських організацій, фізичних осіб-підприємців, більша частина соціальних підприємств є некомерційною (неприбутковою). Сфера соціального підприємництва приведена на рисунку 1.1.



Рисунок 1.1 – Сфера соціального підприємництва [39, С. 16].

Як видно з рисунку 1.1, соціальне підприємництво тісно співпрацює з волонтерськими та благодійними організаціями, компаніями, що ведуть соціально відповідальний бізнес, спільними підприємствами, різними формами партнерських об'єднань, державними формами підтримки тощо.

Соціальне підприємництво за сутністю та складовими приведено на рисунку А1 додатка А.

Соціальне підприємництво використовує бізнес-принципи, щоб викликати соціальні наслідки, для яких соціальна цінність створюється за допомогою інноваційних рішень, які потребують невеликих ресурсів. Створення соціальної

цінності є відмінною рисою між соціальними та комерційними підприємствами, яка передбачає справедливість, чесність, альтруїзм, свободу та рівність [58].

Варто відзначити, що розуміння сутності соціального підприємництва різняться між собою за змістом в різних країнах. Так, в США соціальне підприємництво розглядається як діяльність некомерційної організації, яка використовує бізнес-стратегії та направляє отриманий дохід на реалізацію соціальної місії [44]. В США чітко розгалужений комерційний та некомерційний сектор економіки, і таким чином здійснюється облік статистичної інформації, і, відповідно, можливості її використання щодо оцінки ефективності соціальної діяльності у підприємницькому секторі, визначення тенденцій розвитку тощо [8].

У країнах Європи соціальне підприємництво визначається як бізнес із соціальною місією, тобто комерційні компанії, метою яких є отримання прибутку, мають соціальну місію і функціонують у формі соціального підприємства. Тобто соціальне підприємництво зростає з підприємницької діяльності, і набуваючи розвитку та досвіду, створює нові способи вирішення проблем суспільства, використовуючи такі інструменти, як фандрейзинг, краудфандинг, державно-приватні партнерства, волонтерство тощо [31].

Цінність соціального підприємництва полягає в тому, що підприємець є новатором ідей і своїм прикладом, своєю діяльністю залучає усе суспільство до вирішення соціальних проблем. Саме його небайдужість, вміння бачити проблему та знання як її реалізувати, креативність і мотивація стають рушійними силами, здатними долучити іншу спільноту та проявити участь у її житті [10].

Діяльність соціальних підприємств регламентується Господарським Кодексом України, Законами України «Про благодійну діяльність та благодійні організації», «Про волонтерську діяльність», «Про громадські об'єднання» ті ін. [1-4].

Соціальне підприємництво вважається рушієм змін, який керує безперервним процесом інновацій для вирішення суспільних проблем. Цей підхід підкреслює проактивний характер соціальних підприємств, які прагнуть до швидких і ефективних перетворень і мають бути лідерами в певному соціальному питанні. Отже, найголовніший аспект підприємницької діяльності – це інноваційність: новий погляд на процес, новий спосіб розв’язання задачі, нове бачення старого, нове мислення та новий виклик.

Ознаками інноваційного підприємництва є «повна самостійна ініціативність; творче новаторське мислення; частковий ризик; економічне та соціальне зобов’язання; сучасне масштабне мислення; ділова поведінка підприємця» [11]. Саме інноваційність дозволяє підприємцю вбачати зміни та втілювати їх в реальну діяльність, перетворюючи їх на можливості. Інноваційність є фактором зростання: втілення нових методів, технологій та підходів дозволяє підвищити результативність функціонування, отримати більшу прибутковість та потенціал щодо розширення бізнесу. Таким чином, соціальні інновації охоплюють інноваційну діяльність і послуги, що здійснюються підприємствами з соціальною метою, і, отже, вони залучають людей, які отримують вигоду від соціального блага.

1.3 Роль соціального підприємництва в економіці та суспільстві

Сучасна економіка побудована на поєднанні ресурсів, капіталу та таланту – тобто на малих фірмах, які виробляють економічні та соціальні блага, створюють робочі місця, вирішують соціальні проблеми міста. Це головна роль соціального підприємництва в економіці. Саме на таланті як невід’ємної складової успіху сучасної людини наголошує К Шваб в книзі «Четверта промислова революція». Щоб жити в сучасному цифровізованому світі, необхідно постійно та швидко змінюватися, постійно рухатися вперед. Талант як спосіб отримання знань та

реалізації їх в умовах промислового розвитку забезпечить конкурентні переваги та допоможе розробити унікальну стратегію розвитку [17].

Головна роль соціального підприємництва— це розвиток громадянського суспільства; впровадження соціальних цінностей та інноваційних ідей. Креативність та інноваційність знаходяться поруч і взаємно впливають один на одне. Інноваційність проявляється через велику кількість стартапів, бізнес-проектів, створення інноваційних кластерів, креативних просторів. За рівнем інноваційності економіки наша країна у 2022 році зайняла 57 місце серед 132 економік світу [59]. За цей рік Україна погіршила свою позицію у рейтингу інноваційності через скорочення проведених досліджень та зменшення розвитку людського капіталу. Варто зауважити, що інноваційність та розвиток культури, культурних індустрій тісно пов'язаний: культура країн, що мають високий рівень інноваційності, також є креативною, нестандартною та сильною за впливом. Можна сказати, що роллю соціального підприємництва є розвиток інноваційності та креативності. Чинники стійкості соціального підприємництва представлені на рисунку 1.2.



Рисунок 1.2 – Чинники стійкості соціального підприємництва [34]

Варто зазначити, що Генеральна Асамблея ООН у своїй резолюції 73/225 «Роль підприємництва в процесі стійкого розвитку» визнала видатну роль соціального підприємництва як рушійної сили сталого розвитку до 2030 року шляхом сприяння збільшенню зайнятості, боротьбі з соціальною нерівністю та вирішенню серйозних соціальних та екологічних проблем [56]. Організацією Об'єднаних Націй з промислового розвитку UNIDO було оцінено 30 соціальних підприємств, щоб визначити рівень охоплення ними цілі стійкого розвитку. Зв'язок між соціальним підприємництвом і сталим розвитком в основному досліджувався за допомогою вимірювання соціального впливу. Але, незважаючи на це, вплив соціального підприємництва на досягнення цілей стійкого розвитку до 2030 року ще не проаналізовано. Фахівці кажуть про складність застосування обсягу індикаторів цілей стійкого розвитку щодо соціальних підприємств [58].

Особливостями функціонування соціальних підприємств є дотримання ними соціальної місії. Це відображається на відповідному нормативно-правовому законодавстві, системі оподаткування, додаткових пільгах від держави. Дуже важливим для ефективної підприємницької діяльності є розуміння іншими суб'єктами господарювання місії та цілей соціального підприємця, його підтримка та співпраця. Коли в законодавчому полі та економічному просторі створені сприятливі умови для роботи, виникає ефект синергії або системний ефект отримання результатів [17]. До того ж варто зазначити, що соціальні результати мають особливість відтермінування за часом та комплексний вплив на усі сфери суспільства. Для самого соціального підприємця психологічною проблемою може стати поєднання соціальної мети та необхідності самоокупності підприємства в довгостроковому періоді. Це активізує його на пошук донорів, активне залучення грошей, участь у конкурсах/грантах, генерацію нових ідей. За успішної реалізації бізнесу мале соціальне підприємство може перетворитися на середню, а згодом і велику соціально спрямовану компанію.

РОЗДІЛ 2.СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1 Соціальне підприємництво в країнах світу: огляд моделей та практик ведення бізнесу

Світовий досвід розвитку підприємництва має дуже багато цікавих та повчальних прикладів створення соціальних благ та послуг. При започаткуванні бізнесу необхідно обрати бізнес-модель – спосіб поєднання різних компонентів бізнес-середовища, які здійснюють взаємодію під час реалізації ідеї. Бізнес-модель показує механізм створення і реалізації соціальної цінності за допомогою ресурсів, технологій, пов'язуючи споживачів із виробниками послуг та продукції [29].

Моделі соціального підприємництва засновані на нормативно-законодавчій базі того міста, регіону, де створюється підприємство або започатковується проєкт. Тобто, на модель виробничих, організаційних та фінансових відносин в першу чергу впливають особливості регулювання державою. Тому соціально-орієнтовані бізнеси в різних мають різні моделі функціонування, яких налічується понад 30. Розглянемо найбільш цікаві з них (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Моделі соціального підприємництва [складено за 55]

Бізнес-модель, заснована на фінансуванні соціальних послуг передбачає використання прибутку від комерційної діяльності на реалізацію соціальної місії компанії. Тобто підприємець за рахунок отриманого прибутку фінансує придбання активів, матеріалів та ін. Таким чином працює вітчизняне соціальне підприємство UrbanSpace 100. Це громадський ресторан і одночасно майданчик, де можна відпочити. «80 % чистого прибутку ресторану співзасновники щоквартально віддають громадським проєктам Івано-Франківська» [13].

Модель продажу соціальних послуг означає створення соціального підприємництва з метою реалізації послуг організацій соціокультурного середовища, наприклад, послуг музичних шкіл, центрів мистецтва, реалізації послуг медичних закладів [55]. Прикладом такої моделі є надання Вінницьким центром реабілітації «Гармонія» послуг з різних курсів та послуг інклюзивного таксі дітям та підліткам із функціональними обмеженнями [13].

Цікавою бізнес-моделлю є діяльність соціального підприємства з метою залучення до роботи незахищених верств населення або категорій громадян, які потребують особливих вимог - людей з обмеженими можливостями, бездомних, соціально незахищену молодь та інші категорії. Так, «у київському музеї «Третя після опівночі» в темряві екскурсії проводять незрячі гіді...Місія музею – руйнувати бар'єри у спілкуванні між зрячими та незрячими, а також давати незрячим роботу». В канадській IT-компанії «Auticon» до розробки й тестування програмного забезпечення залучають людей із аутизмом. Наразі таких працівників в компанії майже 70% [13].

Модель Норіса або модель прямої участі ставить на меті забезпечення прибутку на соціально спрямованих видах бізнесу, через додаткове інвестування власником діяльності, яке розглядається як інвестування в соціальний бізнес [55].

Модель Е. Карнегі або «Довга рука філантропії» ґрунтується на підтримці людей, які наполегливо йдуть до власної мети, але не мають на це достатньо грошей. Це підтримка, заснована на довірі та вірі в реалізацію власного потенціалу.

Схожу основу із моделями Норіса та Карнегі має модель довгострокового розвитку ринку або модель Дж. Розенвальда, яка спрямовує усі фінансові та інші зусилля на розвиток бізнесу без розгляду їх відшкодування [32].

Модель Б. Дрейтона (Підтримка) ставить за мету підтримку дослідників та науковців у всьому світі, полем досліджень яких є глобальні проблеми людства.

До інших моделей, що не увійшли до рисунку 2.1, відноситься відкриття бізнесу (соціального підприємства) для подальшого продажу власних послуг або продуктів; модель посередництва, коли соціальне підприємство «поєднує» споживача і виробника соціальної цінності; модель інноваційної соціальної спрямованості; екологічна спрямованість підприємницької моделі та багато інших форм взаємодії. Головним у такому розмаїтті моделей є забезпечення вирішення соціальних проблем [22, 25].

Так, яскравим прикладом інноваційної моделі є діяльність латвійської фірми DizibasPoga, яка випускає продукцію із вбудованою в неї геолокацією для літніх людей, які потребують опіки. Такою продукцією є браслети, кулони, за допомогою яких можна запросити про допомогу через голосове управління, (викликати швидку, подзвонити у поліцію) [13]. Моделлю екологічного спрямування є українська організація «RE: BAN»: фірма здійснює утилізацію використаних банерів для виготовлення сумок, гаманців, рюкзаків [13].

В останні часи набуває популярності модель «Ресайклінг (апсайклінг)» - це соціальне підприємництво, спрямоване на розвиток переробки вторинної сировини та виробництві з нього продукції. Також затребуваною сьогодні є модель «Соціальна обізнаність», яка передбачає проведення інформування

населення через соціальну рекламу та соціальні заходи щодо подій та явищ, які відбуваються у місті та є соціально-значущими [33, 51].

В роботі О.В. Кацьора наведено сім моделей соціального підприємництва (рисунок 2.2).



Рисунок 2.2 – Моделі організації соціальної підприємницької діяльності [складено за 22]

Таким чином, велика кількість бізнес-моделей організації соціального підприємництва свідчить про його здатність генерувати ініціативи щодо створення та просування суспільних благ. Ідентифікація моделей соціального підприємництва дає змогу: «зорієнтуватися у можливих напрямках діяльності; відобразити ці тенденції в рамках державної або регіональної соціальної політики; чітко визначити на законодавчому рівні критерії соціального підприємництва» [55, 60].

Загалом у 2021 році в Європейському Союзі на соціальні підприємства припадає 8% ВВП; в Австралії – 3%, в Канаді близько 4% ВВП [41]. Якщо розглянути світовий досвід формування та розвитку соціального підприємництва, варто виділити американську, європейську, англійську, бразильську, індійську та інші моделі, яку гуртуються на різному законодавстві та державному регулюванні підприємницької діяльності. Моделі розвитку соціального підприємництва приведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Особливості державного регулювання соціального підприємництва країн світу [18, 47, 51]

| Країни | Особливості державного регулювання соціального підприємництва |
|-----------------|--|
| США | Венчурна філантропія, мінімальне втручання держави, фінансування науково-технічних розробок. Існує спеціальний департамент і фонд соціальних інновацій |
| Велика Британія | Велика кількість грантів, соціальних інвестицій, діє спеціальний банк для підтримки соціальних підприємств, здійснюється фінансування соціальних проєктів громадами |
| Країни ЄС | Адресні соціальні програми і бізнес-проєкти, кооперативний рух, концепція підтримки малого та середнього бізнесу, система пільг для соціальних підприємців |
| Японія | Благодійництво, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу, довгострокове планування, субсидування фундаментальних досліджень та програм розробки новітніх технологій |

Варто зазначити, що зарубіжний досвід регулювання та підтримки соціального підприємництва різниться і залежить окрім державної політики, від загального добробуту й обставин у кожній з країн. Саме державна фундація та підтримка соціально орієнтованого бізнесу має стати запорукою розвитку соціального підприємництва в Україні.

2.2 Особливості розвитку соціального підприємництва в Україні

Соціальне підприємництво в Україні в статистичному та законодавчому полі, на жаль, не відокремлюється від загальної підприємницької діяльності. Проект Закону України «Про соціальні підприємства» від 11.03.2013 № 2508 так і не був прийнятий [5]. Суб'єкти господарювання в Україні, які здійснюють соціальну діяльність, переважно відносяться до малих та середніх підприємств.

За даними ГО Egalite в Україні станом на 2021 рік налічується 1000 соціальних підприємств. Найбільш потужніше їх зростання спостерігається з початку 2014 року, що пов'язано із веденням воєнних дій на Донбасі, та відповідним сплеском соціальної активності населення (рисунок 2.3).

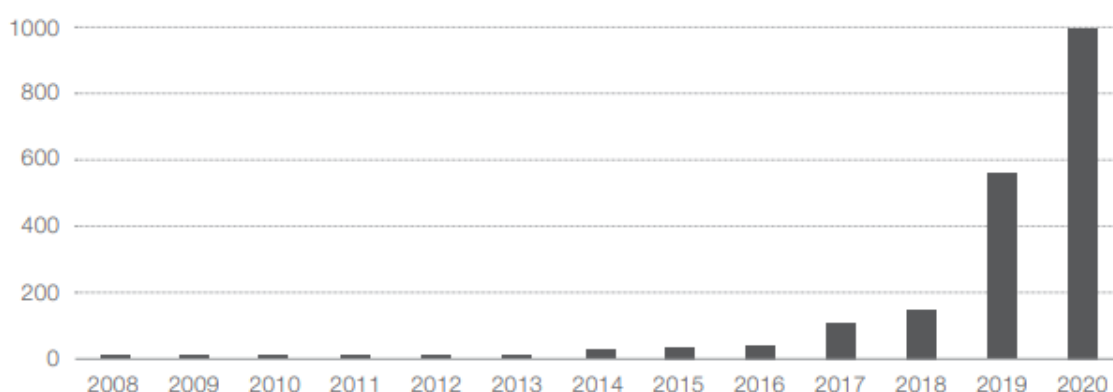


Рисунок 2.3 – Соціальні підприємства в Україні [35]

Більша частина соціальних підприємств розташована по великих містах України: так, у Києві розташована п'ята частина соціальних підприємств, у Львівській області - 10%, Полтавській та Донецькій – по 6%, Київській та Запорізькій – по 5%, у Харківській області - 4% [35]. Також в країні діють 12 українських організацій та асоціацій з підтримки соціального підприємництва

(CareerHub, ProWomen UA, SMART People, SILabUkraine, School of ME: Школа усвідомленого підприємництва, Українська академія лідерства, Український соціальний венчурний фонд, програма Будуємо Україну разом, молодіжний центр Волині, платформи VeteranoService, FUNdraiser, Платформа соціальних змін [41].

Станом на 2020 рік «соціальні підприємства забезпечували роботою близько 12 тисяч осіб та генерували 0,12% від загальної річної суми доходів державного бюджету від податків та зборів на доходи фізичних осіб» [35]. Після пандемії Covid-19, яка негативно сплинула на розвиток соціального підприємництва, їх діяльність поступово розгортається. За прогнозом проекту «EU4Youth – розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців у Молдові та Україні» найближчими роками «очікується скорочення кількості соціального бізнесу на 22%, а більшість соціальних підприємств перейдуть у режим виживання та потребуватимуть додаткової фінансової, організаційної та маркетингової підтримки» [57].

Загалом станом на 1 квітня 2023 року в Україні налічується 1,45 млн фізичних осіб-підприємців, 660 тисяч підприємств [24]. З них 14% підприємств у сфері торгівлі, 6,9% - у сільському, лісовому та рибному господарстві, 6,0% - промислові підприємства, 4,7% - будівництво, майже 69% суб'єктів господарювання належить до іншої діяльності (рисунк 2.4).

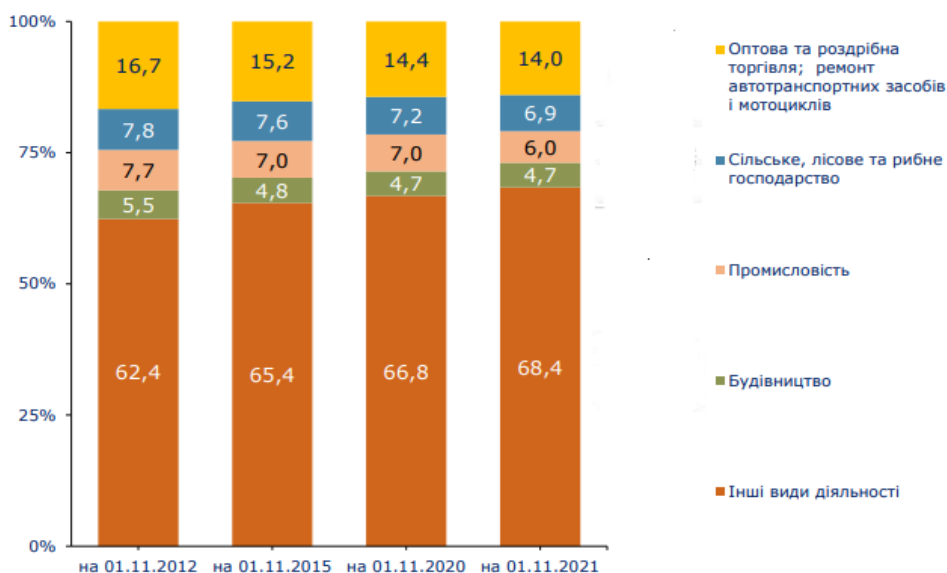


Рисунок 2.4 – Структура підприємств за видами діяльності, % [50]

Розглянемо характеристику діяльності підприємств України за 2017-2021 роки (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Характеристика діяльності підприємств за 2017-2021 роки [46]

| Показник | Роки | | | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|------------|------------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2021 /2020 | 2021/ 2017 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Кількість суб'єктів господарювання, тис. од. | 1805,1 | 1839,6 | 1941,6 | 1973,6 | 1874,1 | 94,6% | 103,8% |
| з них ФОП, % | 81,3 | 80,7 | 80,4 | 81,1 | 83,8 | +2,7% | +2,5% |
| Обсяг виробленої продукції, млрд грн | 4217,2 | 5329,0 | 6207,7 | 6981,9 | 7294,4 | 104,5% | 173,0% |
| З них ФОП, % | 7,9 | 8,6 | 9,4 | 9,7 | 10,8 | +1,1% | +2,3% |
| Кількість зайнятих працівників, тис. осіб | 8271,3 | 8166,4 | 9145,5 | 9057,0 | 9056,1 | 99,9% | 109,5% |
| З них ФОП, % | 28,1 | 29,7 | 28,5 | 28,3 | 28,1 | -0,2% | 0 |
| Кількість найманих працівників, тис. осіб | 6575,9 | 6959,9 | 7291,1 | 7253,4 | 7248,8 | 99,9% | 110,2% |
| З них ФОП, % | 13,1 | 15,7 | 14,4 | 13,3 | 13,2 | -0,1% | +0,1% |
| Питома вага підприємств, що отримували збиток, % | 27,2 | 25,7 | 26,0 | 28,6 | 27,1 | +1,5% | -0,1% |
| Рентабельність підприємств, % | 8,0 | 8,1 | 10,2 | 6,2 | 12,6 | +4,6% | +6,4% |

За даними таблиці 2.2 за період 2017-2021 роки У 2021 р. порівняно з 2017 роком спостерігалось зростання кількості суб'єктів господарювання в загальній їх кількості, але вже у наступному році ці показники суттєво знизилась. Питома вага

фізичних осіб-підприємців у загальній кількості підприємств становить 83,8% в 2021 році.

Обсяг виробленої продукції протягом періоду, що аналізується, збільшився к 2021 року на 73,0%. На ФОП з усього випуску продукції у 2021 році припадає 10,8% проти 7,9% у 2017 році. Кількість зайнятих та найманих працівників протягом останнього року практично не змінилася, а у порівнянні із 2017 роком спостерігається її збільшення на 9,5% та 10,2% відповідно. Питома вага ФОП за весь період дослідження не змінилася.

Протягом 2017-2021 років питома вага підприємств, що отримують збиток коливається у розмірі 25,7-28,6%. Протягом останнього року питома вага збиткових підприємств трохи зменшилася: з 28,6% у 2020 до 27,1% у 2021 році. Позитивну тенденцію має рентабельність: протягом 2017-2021 років спостерігається її поступове зростання з 8,0% до 12,6%.

Типи соціальних підприємств за галузями у 2017 році (за даними каталогу соціальних підприємств України) приведено на рисунку 2.5.

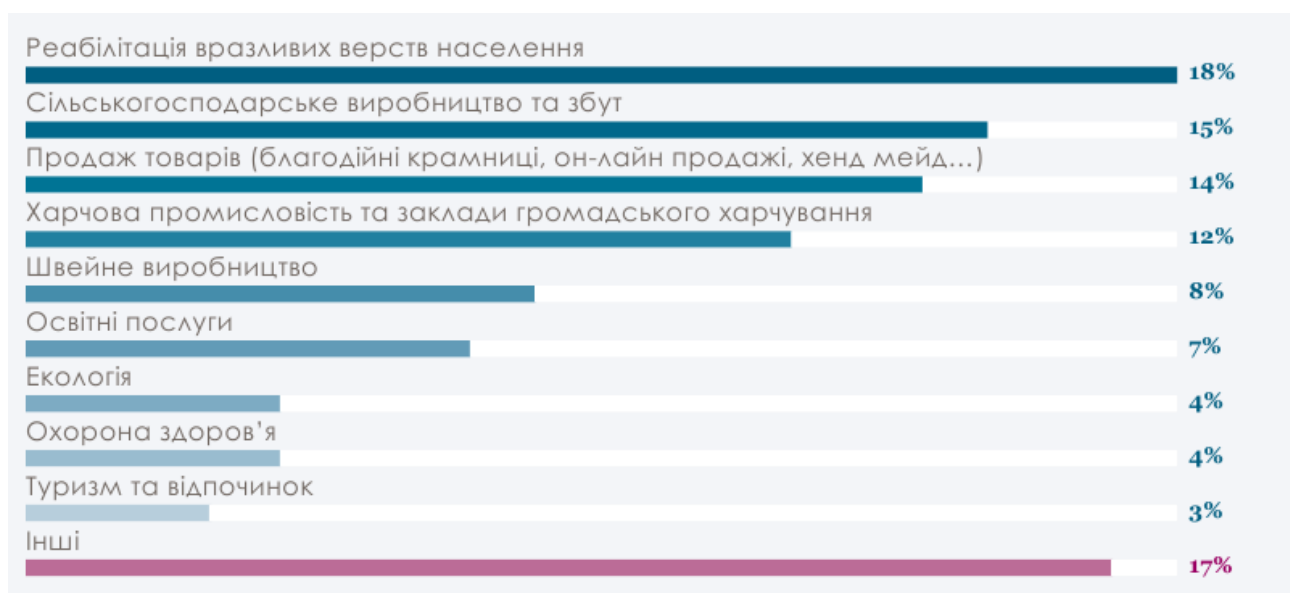


Рисунок 2.5 – Типи соціальних підприємств за галузями, % [14]

Як видно з даних рисунку 2.5, найбільша питома вага, а саме 18% соціальних підприємств, припадає на реабілітацію вразливих верств населення; 15% соціальних підприємств займаються сільськогосподарським виробництвом, 14% - продажем благодійних та крафтових товарів; 12% фірм задіяні в харчовій промисловості та в закладах громадського харчування. Варто зазначити, що соціальні підприємства часто здійснюють кілька видів діяльності одночасно.

На рисунках 2.6 та 2.7 приведені види соціальних підприємств відповідно за тривалістю діяльності та за розміром.

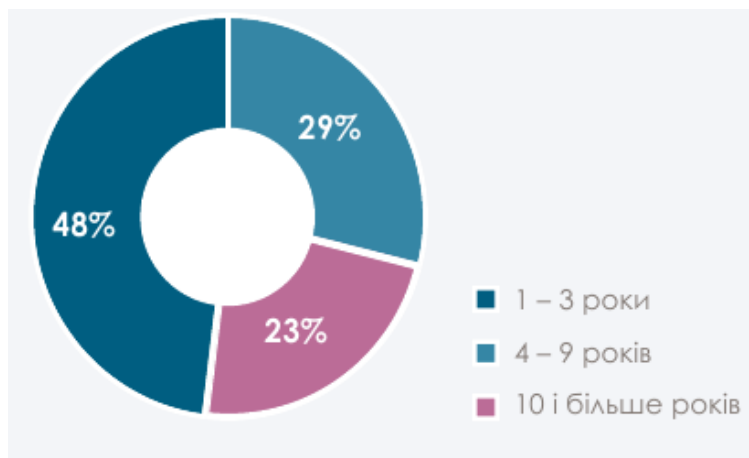


Рисунок 2.6 – Види соціальних підприємств за тривалістю діяльності, % [14]

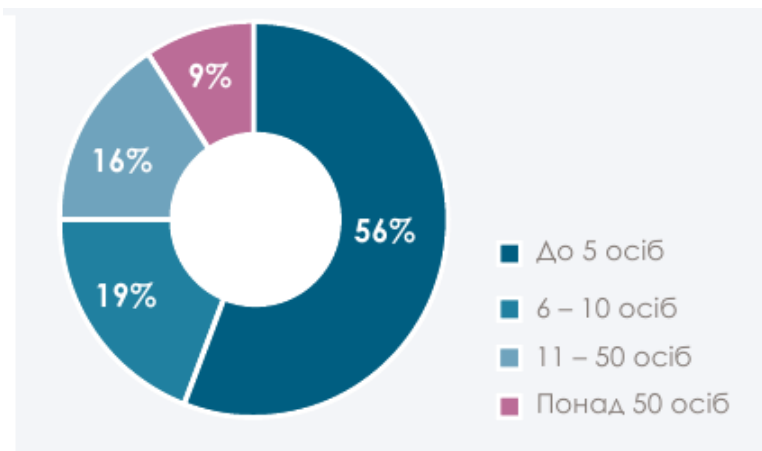


Рисунок 2.7 – Види соціальних підприємств за розміром, % [14]

Як видно з даних рисунків 2.6 та 2.7, майже половина соціальних підприємств функціонує протягом 1-3 років, а переважна їх частина (56%) мають чисельність до 5 осіб.

Системи оподаткування соціальних підприємств приведено на рисунку 2.8.

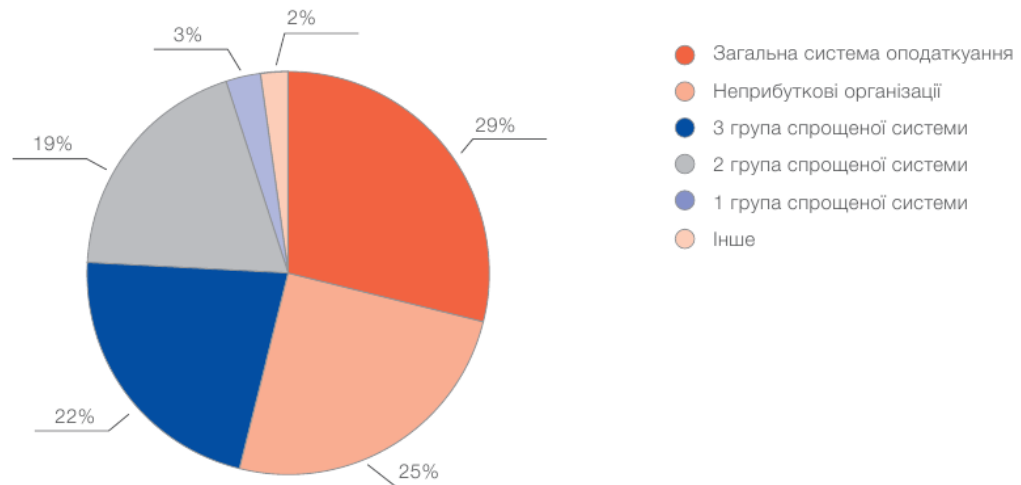


Рисунок 2.8 – Системи оподаткування соціальних підприємств, % [20]

За даними рисунку 2.8 видно, що переважна частина соціальних підприємств працюють на загальній системі оподаткування (29%), четверта їх частина є неприбутковими організаціями, 22% належать до 3 групи спрощеної системи оподаткування.

Ефективність функціонування соціальних підприємств визначимо за податками та їх соціальним внеском. «За рік у середньому до бюджету з одного соціального підприємства прогнозовано надходить 525 тис. грн. у вигляді податків та обов'язкових зборів і платежів» [20]. А на соціальні цілі соціальні підприємства на рік спрямовують близько 14,5 млн грн (0,05% видатків бюджету). Банківською програмою соціального інвестування WNISEF6 в Україні «... за 5 років свого існування було інвестовано у соціальні проекти 28 586 538 грн, тобто у середньому 5 717 тис. грн у рік. Це на 60% менше, ніж орієнтовний річний внесок соціального бізнесу на соціальні цілі» [20].

2.3 Бар'єри розвитку соціального підприємництва в Україні

Головною проблемою та бар'єром розвитку соціального підприємництва в Україні є відсутність його виділення в окремий вид, тобто відділення пулу даних по соціальним підприємствам від даних загалом по підприємництву. Варто зазначити, що діючі в Україні соціальні підприємства наразі сильно відрізняються від соціальних підприємств за кордоном. В Україні соціальні підприємства існують переважно через гроші фондів або через гранти, які надають стартовий капітал для того, щоб започаткувати бізнес. І вирішують соціальні проблеми, виконуючи поточну реалізацію соціальних програм, а не розробляючи саме бізнес-стратегії та здійснюючи довгострокову діяльність [7, 48].

Соціальні підприємства можуть бути конкурентоспроможними, стабільно розвиватися та конкурувати на ринку у підприємницькому секторі. Але для цього їм потрібна державна підтримка не у вигляді грантів та разових заходів, а як системна програма з відродження або становлення соціального підприємництва як підгалузі [15].

Сьогодні формуються соціальні екосистеми на базі соціальних підприємств, є багато ресурсів та платформ з розвитку соціального підприємництва. Так, на порталі Гурт.UA в 2017 році створено каталог соціальних підприємств, де підприємці самостійно за бажанням вносять дані про свою діяльність до каталогу [21]. Але ініціативи підприємців потребують законодавчого, адміністративного та організаційного забезпечення та підтримки з боку держави. Таким чином, соціальні підприємства в Україні мають бар'єри розвитку безпосередньо пов'язані як із специфікою їх діяльності, так і з проблемами притаманними підприємницькому сектору загалом. До таких проблем відноситься недосконалість податкового регулювання, слабка захищеність підприємців в умовах нестабільного зовнішнього середовища (інфляційні процеси, пандемія COVID-19,

війна), не завжди привабливі умови кредитування малого бізнесу. Важливим є «визначення пріоритетних напрямків діяльності та встановлення особливого режиму оподаткування для суб'єктів соціального підприємництва» [16, 49].

Згідно опитуванню соціальних підприємців, приведеного в роботі І.С. Каменко «Соціальне підприємництво в Україні: економіко-правовий аналіз» [20], «у якості майбутнього партнера у питаннях просування соціального підприємництва 37% соціальних підприємців вважають представників іншого традиційного бізнесу, 34% традиційно вбачають тут головну роль неурядовому сектору, 17% бажають бачити у якості провідних партнерів органи центральної державної влади. І по 6% соціальних підприємців вбачають своїми партнерами у цьому питанні місцеві органи самоврядування та донорів» [20].

Також на розвиток соціального підприємництва як окремої сфери бізнесу в сучасних умовах господарювання впливає цифровізація економіки. Необхідними умовами розвитку соціального підприємництва в умовах діджиталізації економічної діяльності є: «розвинена цифрова інфраструктура; формування ефективної системи ідентифікації, захисту персональних даних, довірчих послуг; розвиток додатків та сервісів, таких як «розумне місто» й «цифровізація освіти»; розвиток висококваліфікованого людського капіталу; захист інтелектуальної власності; відповідне «цифрове» законодавство із захисту цифрових прав громадян» [9, 53].

Таким чином, сьогодення диктує нові умови господарювання та висуває нові вимоги до соціального підприємництва, що будуть сприяти його розвитку та спрямовувати на вирішення соціальних проблем і формування громадянського суспільства. Це, в свою чергу, передбачає державну підтримку, яка зможе забезпечити системні передумови для вирішення соціальними підприємствами своїх задач.

РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

3.1 Обґрунтування доцільності реалізації проєкту з розвитку соціального підприємництва

Важливою передумовою для визначення процедур і правил започаткування соціальних підприємств є перегляд основних моделей розвитку соціальних підприємств. При вдалому позиціюванні наявність соціального складника в бізнесі створює додаткову конкурентну перевагу і в складних умовах зовнішнього середовища, коли виникає загроза існуванню основного бізнесу через високі ризики неплатоспроможності споживачів та обмеженості фінансових ресурсів підприємців соціальне спрямування бізнесу може допомогти вирішенню проблем суспільства та зберегти підприємство від закриття.

З цього приводу доцільним є орієнтація діяльності з крафтового виробництва на соціально спрямований бізнес на прикладі власного підприємства. Моє підприємство з виготовлення свічок RELAXHOME ручним способом (м. Харків) дарує релакс, затишок та комфорт кожному бажуючому, пропонуючи ексклюзивні декоративні ароматичні свічки. Конкурентними перевагами є унікальна технологія виготовлення, ексклюзивний дизайн, великий вибір тематичних напрямків продукції за асортиментом, авторська упаковка.

Продукція виготовляється у невеликій кількості, можливе виготовлення під замовлення. Продукція реалізується через інтернет магазин (сторінки в Інстаграм та ТікТок (https://instagram.com/candle_aroma.ua?igshid=YmMyMTA2M2Y=; https://www.tiktok.com/@r_e_l_a_x__h_o_m_e; [candle_aroma.ua](https://www.tiktok.com/@r_e_l_a_x__h_o_m_e)). Ціни на одиницю продукції – в межах 80-100 грн. Є набори свічок і також різновид релаксу для ванни, свічки для медитації та пало санто. Продукція підприємства представлена в додатку Б.

Із започаткуванням пандемії COVID-19 обсяги виготовлення та реалізації продукції зменшилися, а із началом війни попит на продукцію знизився до критичного, через що підприємство має збитки.

З урахуванням наведеного вище, доцільним є орієнтація на соціальні проблеми суспільства та використання наявного виробничого потенціалу таким чином:

1) проведення безкоштовних майстер-класів з виготовлення свічок раз на тиждень для усіх, хто потребує психологічної реабілітації та підтримки, а також цікавиться виготовленням товарів із воску та парафіну. Для проведення семінарів сплачується лише сировина;

2) виготовлення на замовлення свічок для потреб військових та цивільних громадян. Для цього є приміщення, обладнання. Можливо розглядати волонтерську допомогу у виготовленні та розповсюдженні продукції;

3) одну четверту частину прибутку вкладати на розвиток соціального напрямку (в планах створити майстерню для навчання ремеслу на безкоштовній основі та виконання заказів на замовлення);

4) прийняти участь у грантових пропозиціях на підтримку розвитку бізнесу. На порталі Гурт цікавою є пропозиція Револьверного Фонду Це Крафт щодо надання поворотної безвідсоткової фінансової допомоги стартапам і підприємцям-виробникам на посилення та масштабування діяльності. Предметом діяльності є діяльність у сфері креативних індустрій, культурний та економічний розвиток. Посилання на проєктну пропозицію: [https://gurt.org.ua/news/grants/85009/\[37\]](https://gurt.org.ua/news/grants/85009/[37]).

Вимоги щодо участі: бізнес-ідея повинна бути реалістичною та узгодженою із потребами регіону/області; креативною, унікальною; відповідати цінностям соціального підприємництва. Револьверним Фондом Це Крафт поворотна безвідсоткова фінансова допомога надається тим, хто зможе продемонструвати злагоджену професійну команду. Сума фінансової допомоги конкурсу: категорія

“Стартап” – 20 000 грн, категорія “Масштабування” – 30 000 грн. Також вимогою участі у конкурсі є наявність досвіду у сфері.

Поворотна безвідсоткова фінансова допомога на розвиток та масштабування бізнесу RELAXHOME дозволить забезпечити його функціонування у беззбитковому стані.

3.2 Бізнес-модель соціального підприємництва

Розглянемо бізнес-модель підприємства. Вона містить аналіз середовища, визначення цілей, завдань, переліку стейкхолдерів, розкриття основних робіт, визначення ризиків. Розглянемо переорієнтацію підприємства як соціальний проєкт з надання соціальних послуг на базі малого підприємства RELAXHOME.

Для визначення проблематики діяльності та цілей соціального проєкту з надання соціальних послуг та складемо модель «7 START» (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Модель «7 START»

| Питання | Відповідь |
|--|---|
| 1 | 2 |
| Для чого робимо проєкт? (Wherefore) | Для створення соціальної цінності у вигляді майстер-класів та продукції крафтового виробництва для підтримки соціально вразливих верств населення |
| Де ми робимо проєкт? (Where?) | На базі підприємства малого бізнесу RELAXHOME, м. Харків |
| Що саме ми робимо? (What?) | Проведення майстер-класів х виготовлення свічок; виготовлення свічок на замовлення; відкриття майстерні |
| Коли і як довго ми будемо робити проєкт? (When?) | Проєкт реалізується в поточному часі, протягом рік. Рефлексія: протягом року по завершенні проєкту. В цілому передбачається безстрокова соціальна діяльність фірми. |
| З ким (цільова аудиторія)? (Who?) | Люди, які потребують психологічної реабілітації; люди, які зацікавленні у виготовленні свічок; волонтери |

Продовження таблиці 3.1

| 1 | 2 |
|--|---|
| Хто (наш персонал)? | Команда - працівники фірми, три особи: власник, технолог, менеджер з організаційних питань |
| Як (будемо впроваджувати проєкт і наша поведінка в процесі) (How?) | Проект буде впроваджуватися крок за кроком із використанням Agile-методології, яка дасть змогу швидко реагувати на зміни та вносити необхідні корективи в процесі роботи. Команда проєкту має дотримуватися принципів відкритості, прозорості та взаємодії з усіма стейкхолдерами |

Визначаємо ціль проєкту. Для визначення цілей застосовуємо SMART-підхід. Цілі проєкту приведені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Формулювання цілей проєкту

| Опис цілі | Зміст цілі |
|---------------------------------|---|
| Specific/Чіткі | Результатом проєкту буде створення постійно активної системи взаємодії у вигляді проведення майстер-класів, організації роботи майстерні, учасники якої будуть мати змогу обмінюватися інформацією/досвідом та приймати участь у благодійних та інших івентах |
| Measurable / Вимірювані | 1. Кількість учасників майстер-класів 2. Кількість відвідувачів майстерні 3. Інтенсивність обміну інформацією. 4. Відгуки/пропозиції учасників |
| Achievable / Досяжні | Мета є досяжною. 1. Належний рівень кваліфікації майстрів. 2. Актуальний контент майстер-класів: сировина, інструменти, навчальні, організаційні, творчі матеріали. |
| Relevant / Релевантні | 1. Популяризація крафтового виробництва серед населення. 2. Надання психічної підтримки та соціальної реабілітації |
| Time-Bound / Обмежені в часі | 1 рік |

Таким чином, формулювання цілей організації проєкту із надання соціальних послуг дозволяє його виконання за змістом, із вимірними показниками та результатами на визначений період часу.

Для розуміння стратегії дій щодо реалізації проєкту необхідно провести аналіз його сильних та слабких сторін та розглянути можливості і загрози зовнішнього середовища. SWOT-аналіз проєкту приведений в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

SWOT-аналіз проєкту

| Сильні сторони | Слабкі сторони |
|--|---|
| висока кваліфікація фахівців; висока вмотивованість учасників; цікава ідея; можливість задовольнити індивідуальні потреби кожного користувача; можливість долучитися до благодійної діяльності | для реалізації проєкту необхідне постійне залучення грошей; залежність від кількості учасників та замовників |
| Можливості | Загрози |
| отримання грантів під проєкт і дотичні до нього напрями залучення коштів від реклами на розвиток проєкту використання інструментів проєкту в волонтерських та благодійних цілях подальше розширення бізнесу та цільової аудиторії | залежність від технічних ресурсів фірми та учасників воєнний стан нівелювання/утрата унікальності через високу конкурентність форсмажорні обставини низький рівень відвідуваності майстер-класів внаслідок недостатньої наповнюваності новими ідеями та продуктами |

За даними SWOT-аналізу проєкту можна зробити висновки щодо доцільності його реалізації, оскільки сильні сторони та можливості переважають слабкі сторони та надають змоги реалізувати ідею зі створення соціальної цінності, особливо актуальної в умовах воєнного часу.

Наведемо схематично зміст робіт за проектом, щоб розуміти послідовність дій та визначити економічні витрати на його реалізацію і стратегію роботи зі стейкхолдерами.

Зміст робіт проекту представлений на рисунку 3.1.

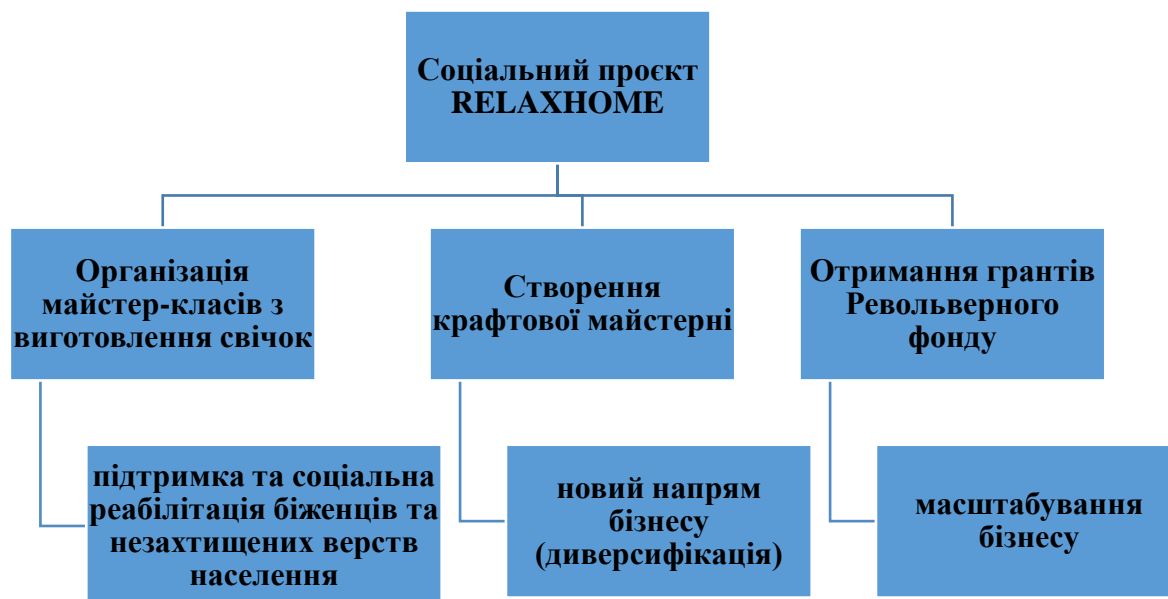


Рисунок 3.1 – Структура робіт за проектом

За напрямками реалізації проєкту, представленими на рисунку 3.1 необхідно визначити стейкхолдерів проєкту. Зацікавленими сторонами у реалізації соціального бізнесу є адміністрація міста, крамниці із реалізації крафтових виробів, мешканці та гості Харкова, спонсори, постачальники сировини та інструментів. Оцінку проводимо за 5-бальною шкалою, де 5 – максимальний ступінь прояву параметру, 0 – мінімальний (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

Стратегія роботи зі стейкхолдерами проєкту

| Стейкхолдер | Сила впливу / зацікавленість | Інтереси, мотиви | Стратегія роботи |
|--|------------------------------|---|--|
| Місцева влада | 4/4 | Результат (сприяння рішенню соціальних проблем) | Громадські організації, ЗМІ (інформування, комунікація, співпраця) |
| Крамниці із реалізації крафтових товарів | 3/4 | Сприяння розвитку продажів | Реклама, ЗМІ (комунікація, залучення, співпраця) |
| Мешканці та гості міста | 3/ | Результат (отримання навичок, соціальна реабілітація) | Інформування, комунікація, залучення, співпраця |
| Спонсори | 5/4 | Результат (реклама, просування) | Отримання грантів, інвестицій, звітність (залучення, співпраця) |
| Постачальники сировини та інструментів | 4/5 | Результат (отримання прибутку, замовлень) | Комунікація, залучення, співпраця |

Побудова відносин між учасниками проєкту дозволяє врахувати можливі потенційні ризики та диверсифікувати їх між зацікавленими сторонами. Такими ризиками у проєкті може бути припинення/нестача фінансування, скорочення замовлень, зменшення зацікавленості спільноти до проведення майстер-класів, загострення соціально-економічного стану.

3.3 Оцінка економічної та соціальної ефективності

Оцінка економічної та соціальної ефективності проєкту передбачає розробку бюджету, визначення показників, що характеризують ефективність або результативність проєкту, формування концепції його просування, визначення перспектив життя після проєкту.

В таблиці 3.5 приведений бюджет проєкту

Таблиця 3.5

Бюджет проєкту

| Статті витрат і надходжень | Сума, тис. грн |
|--|--------------------------------|
| <i>Надходження</i> | |
| Прибуток від основної діяльності (20%) | 150 тис. грн |
| Спонсорські кошти (20%) | 150 тис. грн |
| Краудфандинг (13%) | 98,1 |
| Гранти (47%) | 360 тис. грн |
| Разом надходжень | 758,1 тис. грн |
| <i>Витратна частина</i> | |
| Сировина та витратні матеріали для виготовлення свічок | 100,0 тис. грн |
| Заробітна плата | 3*10*12 місяців=360,0 тис. грн |
| Нарахування на заробітну плату | 0,22*360= 79,2 тис. грн |
| Інструменти | 50 тис. грн |
| Амортизація обладнання | 40 тис. грн |
| Адміністративні витрати | 60 тис. грн |
| Інші витрати (10% від усіх витрат) | 0,1*689,2 = 68,9 тис.грн |
| Разом витрат | 758,1 тис. грн |

Просування проєкту передбачено через соціальні мережі (Інстаграм та ТікТок). Витрати на просування приведені в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Витрати на просування проєкту[38, 52]

| Просування проєкту (витрати у розрахунку на 6 місяців) | Витрати, грн |
|--|--------------|
| Веб-сайт. SEO | 14000 |
| Таргетована реклама Інстаграм | 6700 |
| Просування в Тікток | 5000 |
| Разом витрат | 25700 |

Витрати на просування входять до статті бюджету «Інші витрати».

В світовій практиці виділяють моделі визначення ефективності їх діяльності. Найпоширенішою є модель соціального повернення інвестицій, яка ґрунтується на визначенні співвідношення між прибутком від інвестицій підприємства та цінністю його ініціатив щодо просування суспільного блага. Також для оцінки діяльності соціальних підприємств використовуються інші моделі, що стосуються вартості, такі як аналіз витрат і вигід, аналіз економічної ефективності та аналіз вартості впливу, збалансована система показників, вимірювання соціального впливу соціальних підприємств, методологія найкращого доступного варіанту благодійності (кількісне визначення потенційного соціального впливу інвестицій і порівняння його з іншими існуючими варіантами благодійності для явної соціальної проблеми)[6, 58].

Для визначення ефективності проєкту використаємо збалансовану систему показників, визначивши за кожним напрямом: «Клієнти», «Фінанси», «Внутрішні процеси» і «Навчання» по одному ключовому показнику, за яким можна визначити ефективність виконання планів (таблиця 3.7).

Таблиця 3.7

Система збалансованих показників за проєктом

| Стратегічні цілі | Показники результативності та цільові значення | Ініціативи |
|--|--|---|
| 1 | 2 | 3 |
| <i>Напрямок «Споживачі»</i> | | |
| Зростання популярності майстер-класів та майстерні | Приріст відвідувачів 10% | Проведення рекламної компанії, покращення контенту занять |
| <i>Напрямок «Фінанси»</i> | | |
| Підвищення надходжень | Відсоток залучених коштів | Розробка комунікаційної |

| | | |
|----------------------|--------------------|-------------------------|
| грошей від спонсорів | від спонсорів 30 % | стратегії із спонсорами |
|----------------------|--------------------|-------------------------|

Продовження таблиці 3.7

| 1 | 2 | 3 |
|---|-------------------------------------|---|
| <i>Напрямок «Внутрішні процеси»</i> | | |
| Підвищення якості продукції | Відсоток зменшення браку 0,5% | Використання нових сучасних матеріалів та інноваційних технологій |
| <i>Напрямок «Навчання»</i> | | |
| Підвищити вміння та навички працівників | Збільшення технік виготовлення 10 % | Професійні курси |

Визначимо перспективи життя проєкту після його завершення (таблиця 3.8).

Таблиця 3.8

Перспективи. Життя після проєкту

| Дата | Відповідь |
|-------|---|
| 1 рік | Дослідження продукту проєкту, активності та нових потреб цільової аудиторії відповідно до показників визначення ефективності проєкту. |
| 2 рік | Розроблення та реалізація заходів з підвищення якості продукту проєкту. |

Соціальну ефективність проєкту можна відслідковувати через коефіцієнт Вайсброда, який визначається відношенням соціально-значущих інвестицій до всіх інвестицій проєкту. Якщо розглянути бюджет проєкту (частину надходжень) з таблиці 3.5), то коефіцієнт Вайсброда складе: $(98,1+360)/758,1 = 0,604$, тобто 60,45 грошей проєкту – це соціальні кошти. Чим вище індекс Вайсброда, тим вище соціальна значущість, а отже і ефективність проєкту.

Таким чином, проведені дослідження доцільності розвитку соціального підприємництва на прикладі фірми RELAXHOME свідчать про соціальну значущість та доцільність перетворень, а також надає підприємству додаткових конкурентних переваг та зростання цільової аудиторії.

ВИСНОВКИ

Соціальне підприємництво є невід'ємним елементом економіки та суспільства країни. Соціальні підприємці, використовуючи інноваційні підходи та інструменти, створюють соціальну цінність і таким чином розвивають громадянське суспільство.

Під час проведення дослідження в роботі було вирішено такі завдання:

- виявлено сутність соціального підприємництва та підходи до його визначення. Соціальне підприємництво визначається як спільне створення цінності в соціальному та екологічному аспектах, окрім простої максимізації прибутку, що дозволяє вирішити ключові проблеми суспільства. В світовій науці поширені такі підходи до визначення соціального підприємництва: заснований на розумінні соціального підприємництва як діяльності, яка передбачає досягнення соціальної мети; заснований на розумінні соціального підприємництва як діяльності, що спрямована на отримання як комерційних, так і соціальних результатів; заснований на розумінні соціального підприємництва як діяльності, орієнтованої на впровадження інновацій у соціальній сфері; заснований на розумінні соціального підприємництва як діяльності із залучення коштів із зовнішніх джерел для вирішення певних соціальних проблем суспільства;

- визначено ціннісний та інноваційний аспекти підприємницької діяльності. Соціальне підприємництво використовує бізнес-принципи, щоб викликати соціальні наслідки, для яких соціальна цінність створюється за допомогою інноваційних рішень, які потребують невеликих ресурсів. Створення соціальної цінності є відмінною рисою між соціальними та комерційними підприємствами, яка передбачає справедливість, чесність, альтруїзм, свободу та рівність. Інноваційність дозволяє підприємцю вбачати зміни та втілювати їх в реальну діяльність, перетворюючи їх на можливості;

- розкрито роль соціального підприємництва в економіці та суспільстві. Головна роль соціального підприємництва полягає у створенні благ та послуг для задоволення потреб населення і забезпечення розвитку економіки та у розвитку громадянського суспільства, впровадження соціальних цінностей та інноваційних ідей;

- проведено огляд моделей та практик ведення соціального підприємництва в країнах світу. Соціально-орієнтовані бізнеси в різних мають різні моделі функціонування: фінансування соціальних послуг; продаж соціальних послуг; захист певних верств населення; модель прямої участі; підтримка талантів; модель довгострокового розвитку ринку; підтримка дослідників та науковців, модель посередництва; модель інноваційної соціальної спрямованості; екологічна спрямованість підприємницької діяльності. Моделі соціального підприємництва являють потужну альтернативу діяльності державних інституцій, на які покладено завдання забезпечення соціального захисту населення;

- охарактеризовано особливості розвитку соціального підприємництва в Україні. Станом на 2022 рік в Україні функціонує понад 1000 соціальних підприємств, 18% з них діють в сфері реабілітації вразливих верств населення; 15% соціальних підприємств займаються сільськогосподарським виробництвом, 14% - продажем благодійних та крафтових товарів; 12% фірм задіяні в харчовій промисловості та в закладах громадського харчування. 48% соціальних підприємств функціонують протягом 1-3 років, а 56% соціальних підприємств є мікропідприємствами та мають чисельність до 5 осіб;

- виявлено бар'єри розвитку соціального підприємництва в Україні. Основними бар'єрами є відсутність виділення соціального підприємництва в окремий вид діяльності; відсутність бізнес-стратегій довгострокової діяльності соціальних підприємств; зосередження соціальних підприємств на питаннях соціальної допомоги та виконанні поточних соціальних програм; відсутність

достатнього законодавчого, забезпечення діяльності; недосконалість податкового регулювання; обмеженість цифрової інфраструктури; відсутність законодавства щодо захисту цифрових прав громадян;

- обґрунтовано доцільність реалізації проекту з розвитку соціального підприємництва. В роботі доведено актуальність розвитку соціального підприємництва на базі існуючого підприємства малого бізнесу RELAXHOME з виготовлення свічок. Конкурентними перевагами є унікальна технологія виготовлення, ексклюзивний дизайн, великий вибір тематичних напрямків продукції за асортиментом, авторська упаковка. Зміст соціальної діяльності: проведення безкоштовних майстер-класів з виготовлення свічок раз на тиждень; виготовлення на замовлення свічок для потреб військових та цивільних громадян; інвестування частини прибутку у розвиток соціального напрямку (створення майстерні з виготовлення свічок); участь у грантових пропозиціях на підтримку розвитку бізнесу (поворотна безвідсоткова фінансова допомога на розвиток та масштабування бізнесу Револьверного Фонду Це Крафт);

- виконано характеристику бізнес-моделі соціального підприємництва. Обґрунтовано переорієнтацію підприємства як соціальний проєкт з надання соціальних послуг на базі малого підприємства RELAXHOME. Побудовано модель «7 START», проведено SWOT-аналіз проєкту, визначено цілі, перелік стейкхолдерів, розкрито основні роботи за проєктом та визначено ризики. За даними SWOT-аналізу проєкту можна зробити висновки щодо доцільності його реалізації, оскільки сильні сторони та можливості переважають слабкі сторони та надають змоги реалізувати ідею зі створення соціальної цінності, особливо актуальної в умовах воєнного часу;

- визначено економічну та соціальну ефективність проєкту. Економічну ефективність доцільно визначати через збалансовану систему показників за напрямками «Клієнти», «Фінанси», «Внутрішні процеси» і «Навчання». Соціальну

ефективність визначаємо через відношення соціальних інвестицій до загальної суми інвестиційних вкладень. За проєктом індекс Вайсброда становить 0,604.

Проведене дослідження доцільності розвитку соціального підприємництва на прикладі фірми RELAXHOME свідчить про соціальну значущість та доцільність перетворень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Господарський Кодекс України. від 19.04.2011 № 3236-VI, станом на 31.03.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
- 2 Про благодійну діяльність та благодійні організації: Закон України № 5073-VI, від 05.07.2012 р. станом на 11.12.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/5073-17>
- 3 Про волонтерську діяльність: Закон України від 19.04.2011 № 3236-VI, станом на 31.03.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3236-17#Text>
- 4 Про громадські об'єднання: Закон України від 3.03.2012 № 4572-VI, станом на 31.03.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>
- 5 Про соціальні підприємства. Проект Закону № 2508 від 11.03.2013 р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JG1XO00A>
- 6 Арапетян А., Архипчук О. Чисті прибутки соціального підприємництва. *Практика управління*. 2008. № 7. URL: http://svb.ua/sites/default/files/Social_enterprises.pdf.
- 7 Ачкасова О. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. (37). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-40>.
- 8 Бочарнікова А. Simple SE. Про соціальне підприємництво – просто! 2020. 72 с.
- 9 Браунагель А.В., Анфілов Д.Ю. Соціальне підприємництво як сучасний вектор розвитку економіки// *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1330/1285/>
- 10 Валюс Л.О. Війна в Україні як каталізатор розвитку соціального підприємництва. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 2 (02) . С. 10-15.

11 Гавриш О. М., Пильнова В. П., Пісковець О. В. Інноваційне підприємництво: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 109-113.

12 Горин В.П. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення соціальних проблем. *Треті наукові читання пам'яті С. І. Юрія* : зб. наук. праць [м. Тернопіль, 28 листоп. 2017 р.] / редкол. : В. П. Горин, О. Ю. Мелих ; відп. за вип. О. П. Кириленко. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. С. 25-29.

13 Дев'ятко К. Соціальне підприємництво - «новий океан» для журналістів URL/<https://cs.detector.media/community/texts/184451/2021-08-04-sotsialne-pidpriemnytstvo-novyy-ocean-dlya-zhurnalistiv/>

14 Екосистема соціального підприємництва в Україні: виклики та можливості. Київ, 2018. 42 с.

15 Завадських Г.М., Тебенко В.М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_11_0_177_185

16 Заволока Ю.М., Сідненко М.В., Івко А.В. Проблеми та перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2019. №5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_5_49

17 Івченкова О. Ю., Крикуненко К. М. Інноваційне підприємництво як складова стратегії розвитку економіки України. *ЭВД*. 2018. №3 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsiyne-pidpriemnitstvo-yak-skladova-strategiyi-rozvitku-ekonomiki-ukrayini>

18 Ігнатович Н., Гура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. *ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014.С. 22-25.

19 Ізюмський М. Новий погляд на соціальне підприємництво. Випуск 3: Сприяння URL: <https://gurt.org.ua/news/recent/13350/>

20 Каменко І.С. Соціальне підприємництво в Україні: економіко-правовий аналіз. 2020. 37 с.

21 Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. Київ: Видавничий Дім «Києво-Могилянська академія», 2017. URL: <https://drive.google.com/>

22 Кацьора О.В. Ефективні моделі соціального підприємництва. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2018. Вип. 80. С. 72-76.

23 Кифяк В. І., Малиш Л. Б. Соціальне підприємництво: проблеми та перспективи. *БізнесІнформ*. 2020. № 5. С. 275-280.

24 Кількість зареєстрованих фізичних осіб-підприємців за видами економічної діяльності URL: https://ukrstat.gov.ua/edrpo/ukr/EDRPU_2023/fop_kved/arh_kzf_kved_23.htm

25 Кожемяченко О.О., Солосіч О. С., Голуб М.О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти становлення в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2018. Випуск 21. С. 140-149.

26 Комісаренко А.О. Соціальне підприємництво як ефективний механізм сталого розвитку в Україні. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія : Державне управління*. 2021. № 1. С. 140-147.

27 Корнецький А. О., Нагаївська Д. Ю. Соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу: визначення, критерії та регулювання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. №11. С. 204-208.

28 Лункіна Т.І. Соціальне підприємництво в Україні як сучасний тренд розвитку: особливості, фінансові аспекти. *Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика*. 2020. Вип. 39. С. 297-303.

29 Лукашова Л.В. Фасилітація розвитку соціального підприємництва. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2018. № 2 (25). С. 60-74.

30 Матвієнко-Біляєва Г.Л. Соціальне підприємництво в соціально-економічному розвитку України URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/163.pdf>

31 Міщук Г. Ю., Пилипчук Р. Р. Соціальне підприємництво: критерії ідентифікації та проблеми розвитку. *Демографія та соціальна економіка*. 2017. №2. С. 152-165.

32 Наумова М. Перспективи і проблеми розвитку соціального підприємництва в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2016. Вип. 8. С. 13–22.

33 Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6, частина 2. С. 129-132.

34 Пилипенко Н. М., Карпець О. В. Теоретичні аспекти соціального підприємництва в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8757>

35 Підтримка соціальних підприємців у 2022 році. EgalitePublicOrganization URL: <https://egaliteint.org/2021/12/22/fyfy/>

36 Полякова О.М. Концепція соціального підприємництва в українському контексті. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. №56. С. 176-182.

37 Револьверний Фонд Це Крафт оголошує щорічний конкурс для виробників URL: <https://gurt.org.ua/news/grants/85009/>

38 Реклама в Інстаграм: як налаштувати і запустити, скільки коштує URL: <https://prosmm.com.ua/reklama-v-instagram-yak-nalashtuvaty-i-zapustyty-skilky-koshtye>

39 Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник. К: ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.

40 Скороход І.П. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем сучасного суспільства. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/18688/1/103-106.pdf>

41 Соціальне підприємництво URL: <https://business.diia.gov.ua/social-entrepreneurship>

42 Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Київ: ТОВ «Агентство Україна», 2017. 92 с.

43 Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. Київ: ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.

44 Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. редакцією к.е.н. А. О. Корнецького. К.: Фамільна друкарня Huss, 2019. 160 с.

45 Соціальне підприємництво. Що це? URL: <https://fundraiser.games/news/socalne-pdprimnictvo-shcho-ce/>

46 Структурні зміни в економіці. Дані статистичної служби. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze_20.htm

47 Суханова А. Зарубіжний досвід соціального підприємництва та застосування його для України. Матеріали конференцій МЦНД, 2020. 38-40. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/mcnd/article/view/2330>

48 Теслюк, С. і Демчук, І. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2023. 4, 32. С. 116–125.

49 Томашевська А. В., Григорук І. І. Підприємництво з соціальною відповідальністю, як інноваційний інструмент вирішення суспільних потреб. *Журнал Прикарпатського університету імені Василя Стефаника*. 2022. Т. 9. № 3. С. 18-27.

50 Україна у цифрах, 2021. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. К.: 2022. 48 с.

51 Химич І., Тимошик Н. Соціальне підприємництво як інноваційний вид діяльності. *Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального розвитку територіально-господарських систем : монографія*. – Т. : ФОП Паляниця В.А., 2021. С. 193-208.

52 Ціни на SEO просування сайту 2023 URL: <https://ifish.com.ua/ua/tsiny-na-seo/>

53 Школяр М. В. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна*. 2017. Вип. 27(2). С. 85–89.

54 Bowen H. R. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row: 1953. 167 p.

55 Cherchuk, L. M., Kolenda, N. V., & Matviichuk, N. M. *Models of social entrepreneurship*. *Науковий вісник Полісся*. 2018. 2(3(11)). С. 72–76.

56 *Entrepreneurship for sustainable development: resolution adopted by the General Assembly* URL: <https://digitallibrary.un.org/record/1660776>

57 EU4Youth – розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців у Молдові та Україні URL: http://www.gsi-projects.eu/eunlocking_project_ukr.html

58 Francisca Castilla-Polo, M. Isabel Sánchez-Hernández.
The role of social entrepreneurship in the attainment of the sustainable development goals. *Journal of Business Research*. 2022. Volume 152. Pages 242-250.

59 Global Innovation Index 2022 Ukraine URL:
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/ua.pdf

60 What is social business? URL:
<https://www.hec.edu/en/facultyresearch/centers/society-organizations-institute/think/society-organizations-institute-executive-factsheets/what-social-business>.

ДОДАТОК А. Соціальне підприємництво



Рисунок А1 – Соціальне підприємництво за сутністю та складовими [28, С. 298]

ДОДАТОК Б. Продукція підприємства RELAXHOME

Рисунок Б1 – Продукція підприємства