

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво – Могилянська академія»
Факультет економічних наук
Кафедра економічної теорії

Магістерська робота

освітній ступінь – магістр

на тему: «СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА
БІЗНЕСУ »

Виконала: студентка 2-го року
навчання,

Спеціальності
051 Економіка

Шолкова Катерина Геннадіївна

Керівник: Шевченко О.О.,
к.е.н., доцент кафедри економічної
теорії НаУКМА

Рецензент

(прізвище та ініціали)

Магістерська робота захищена

з оцінкою _____

Секретар ЕК

« ____ » _____ 2022 р.

Київ – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТЛУМАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	6
1.1. Сутність та завдання соціального підприємництва	6
1.2. Елементи концепції соціального підприємництва	10
1.3. Різниця між соціальним підприємництвом та традиційним.....	13
1.4. Взаємозв'язок між соціальним підприємництвом та інноваційністю	16
Висновок до Розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА В ІНШИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ.....	19
2.1. Огляд національних моделей та практик соціального підприємництва в провідних європейських країнах	19
2.2. Соціальне підприємництво в Україні	31
2.3. Проблемні аспекти та перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні	36
Висновок до Розділу 2	41
РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	42
3.1. Діяльність громадського ресторану «Urban Space 100»	42
3.2. Діяльність спільноти взаємодопомоги «Емаус-Оселя»	49
Висновок до Розділу 3	54
ВИСНОВОК.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	58

ВСТУП

Постановка проблеми. Безробіття, збільшення кількості соціально-вразливих груп населення, екологічні проблеми сьогодення, вичерпання природних ресурсів, енергетичні кризи, зміни клімату та наслідки політичної нестабільності: усе це лише короткий список глобальних проблем суспільства, які з кожним роком стають більш відчутними для людей усього світу. Через це існування соціального підприємництва стає важливим елементом стратегії ~~розвитку~~ для вирішення проблем суспільства та планети. Раніше єдиною суттєвою мотивацією для підприємств був прибуток, на разі для успіху компанії лише цього недостатньо. Адже споживачі вибирають той бренд, який працює соціально-відповідально, щоб відчувати себе частиною суспільства, що піклується про сталий розвиток та добробут усіх громадян.

Історія розвитку соціального підприємництва у середовищі західного бізнесу суттєво відрізняється від розвитку соціально-відповідальних ініціатив українського бізнесу, починаючи від ~~різниці~~ тривалості розвитку та його сприйняття. Основною проблемою є те, що більшість українських компаній обмежуються досягненням лише фінансових показників, не звертаючи уваги на вплив діяльності компанії на суспільство, навколишнє середовище та економіку в цілому.

Успішна компанія XXI століття має прагнути зменшити негативний вплив на суспільство та довкілля та збільшувати позитивний. Тому компанія має дотримуватися балансу між задоволенням власних комерційних цілей і потреб суспільства загалом та його наступних поколінь зокрема.

Отже, необхідно висвітлити основні переваги соціального підприємництва та ознайомитись з успішними практиками західних компаній для створення стратегії в Україні.

Актуальність теми зумовлена необхідністю створення умов для розвитку та ефективного функціонування соціального підприємництва. У сучасному світі постійних змін компанії повинні швидко адаптуватися до нових перешкод та знаходити вирішення одночасно ~~для~~ багатьох питань. Успішні організації мають вміти одночасно максимізувати прибуток й бути корисними для суспільства.

Об'єктом дослідження є соціальне підприємництво в західних країнах та Україні.

Предметом дослідження є соціальне підприємництво як інноваційна форма бізнесу.

Метою роботи є обґрунтування доцільності використання соціального підприємництва, як інноваційного інструменту для соціально орієнтованого розвитку економіки.

Завдання полягає у:

- дослідженні теоретичних аспектів та історичних витоків соціального підприємництва;
- порівнянні європейських та українських практик соціального підприємництва;
- визначенні особливостей розвитку соціального підприємництва в Україні;
- виявленні тенденцій та проблем функціонування соціального підприємництва на прикладі українських компаній;
- розробці рекомендацій для покращення стану соціального підприємництва в Україні.

Теоретико-методологічною основою даного дослідження є роботи таких вчених: Дж. Бенкс, Б. Дрейтон, М. Юнус, Е.Шоу, З. Галушка, О. Кіреєва, О. Солосич.

Під час написання роботи були використані такі **методи дослідження**: метод індукції та дедукції, статистичний метод, метод порівняння, метод узагальнення.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТЛУМАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Сутність та завдання соціального підприємництва

Поняття про те, що компанія несе відповідальність перед суспільством, отримуючи прибутки, має давню історію. Періодом зародження можемо вважати індустріальну революцію (XVIII ст.), коли почали з'являтися прототипи сучасних підприємств та підприємці з власними релігійними, етичними та етнічними поглядами, які мали нести відповідальність за своїх працівників [1].

Взагалі, виникнення та еволюція соціального підприємництва є доволі спірним питанням, адже багато дослідників мають різні думки з цього приводу. Деякі дослідження вказують на те, що вперше термін «соціальний підприємець» було згадано Джозефом Бенксом у його фундаментальній роботі «Соціологія соціальних рухів» 1972 року. Цей термін не був пов'язаний безпосередньо з підприємництвом, він використовувався Джозефом Бенксом, щоб описати управлінські навички, для вирішення різних соціальних проблем.

Ще два європейські автори Карло Борзаго та Дефурні у книзі «Поява соціального підприємства» вказують на те, що концепція соціального підприємництва є наслідуванням концепції соціальної економіки Франції у 1970 році як форми кооперативних асоціацій взаємодопомоги.

Деякі вчені пов'язують витoki соціального підприємництва з заснуванням Біллом Дрейтоном організації «Ashoka», яка надавала гранти новаторам за нестандартні рішення соціальних проблем в США.

Академічне визнання соціального підприємництва відбулось після введення Пітером Друкером концепції соціальних інновацій. Він

розглядав соціальні інновації, як управлінський інструмент для підвищення ефективності шляхом створення соціального багатства.

Засновником поняття «соціального підприємництва» все-таки вважають Моххамеда Юнуса, який тлумачить його як будь-яку інноваційну діяльність, мета якої є допомога людям. Концепція полягає в «ідейно-керованому бізнесі», прямі переваги від діяльності надаються суспільству, а власник отримує переважно нематеріальну вигоду. [2]

Для того, щоб глибше усвідомити сутність соціального підприємництва розглянемо історичні віхи його розвитку (див. табл. 1.1.).

Табл. 1.1. Історичні етапи розвитку соціального підприємництва

Історичний період розвитку соціального підприємництва	Характеристика
Попередники (початок XIX ст.)	Церкви, церковні школи, монастирі; діяльність місіонерів; створення громадами лікарень, шкіл, будинків для престарілих та сиріт. Така діяльність не була систематичною та частково вирішувала проблеми певної громади.
Зародження (сер. XIX ст. – остання чверть XX ст.)	Діяльність меценатів, власників підприємств, які виділяли кошти зі свого прибутку на фінансування соціальних ініціатив; активізація благодійних та волонтерських організацій, які фінансово існували завдяки зовнішнім коштам та реалізовували короткострокові проекти.
Становлення (кінець XX ст.)	Виникнення соціальних підприємств, поява поняття «соціальне підприємство» та дослідження цього явища вченими.
Розвиток (початок XX ст.)	Зростання кількості соціальних підприємств, впровадження законів, що визнали соціальне

	підприємництво. Загострення соціальних проблем та поява зацікавленості урядів щодо їх вирішення.
--	--

Джерело – складено автором на основі [3]

Базуючись на існуючих тлумаченнях «соціального підприємництва» можемо виділити чотири підходи для його визначення: широкий, комбінований, інноваційний та проблемно-орієнтований (див. табл. 1.2).

Табл. 1.2. Основні підходи тлумачення соціального підприємництва

Підхід	Представники	Тлумачення «соціального підприємництва»
Широкий	Е.Шоу, Дж. Віравардена, Г.Морт, А.Фоулер	Діяльність, результатом якої є соціальна мета. Сюди входять: державні соціальні та недержавні неприбуткові організації, а також традиційні бізнес-організації з соціальною складовою.
Комбінований	А. Макміллан, Дж. Робінсон, Я. Рогалін	Діяльність, результатом якої є не лише соціальна мета, але й комерційна. Тобто передбачається наявність бізнес складових.
Інноваційний	Дж. Мейр, Е. Нобоа, Е. Остін, Х. Стівенсон, Ф. Перріні	Звуження категорії, адже не кожне традиційне підприємство використовує інновації для досягнення результативності соціальної місії. Водночас розширення категорії за рахунок державних соціальних та недержавних неприбуткових

		організацій, що використовують інновації для досягнення своїх результатів.
Проблемно-орієнтований	К. Лідбітер, Фонд Шваба	Діяльність орієнтована на вирішення певної соціальної проблеми.

Джерело – складено автором на основі [4]

З 2015 року згідно статті 1 Закону України «Про соціальні підприємства» маємо визначення соціального підприємства, як «Соціальним підприємством визначається суб'єкт господарювання, утворений юридичними та/або фізичними особами, пріоритетом діяльності якого є досягнення соціальних результатів, зокрема, у сфері охорони здоров'я, освіти, науки, культури, навколишнього середовища, надання соціальних послуг та підтримки соціально вразливих груп населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб).»[5]

Тобто, узагальнюючи вище наведені визначення можемо описати поняття «соціальне підприємництво» як будь-яку діяльність (не)державних, (не)прибуткових організацій, які мають у своїй стратегії соціальну складову або націлені на вирішення проблем суспільства та планети.

1.2. Елементи концепції соціального підприємництва

Головною метою соціального підприємництва є соціальний вплив, а не прибуток для власників. Прибуток насамперед використовується для досягнення соціальних цілей відкрито та відповідально. Єдиної організаційної форми для соціальних підприємств немає, але можемо виділити 4 основні сфери:

1. Трудова інтеграція – залучення до роботи та навчання безробітних людей та людей з інвалідністю;
2. Індивідуальні соціальні послуги – охорона здоров'я, медичні послуги, освіта, навчання, догляд за дітьми, допомога для літніх людей тощо;
3. Місцевий розвиток неблагополучних територій – реабілітація певних районів та допомога у розвитку, співпраця з третіми країнами;
4. Інше: охорона навколишнього середовища, культура, мистецтво, наука, інновації, спорт тощо.

Тому соціальне підприємництво це не лише економічні та соціальні елементи, а також екологія, психологія, етичність та соціальна справедливість. [4]

Сьогодні термін «соціальне підприємництво» є модним словом для комерційних підприємців, але також сьогодні ідея соціального підприємництва характеризується дебатами та концептуальною двозначністю.

Можемо також виділити 4 елементи, які є основоположними для соціального підприємництва.

Соціальна місія переважає над фінансовою. Кожне соціальне підприємство починається з метою вирішити соціальну проблему. Вони

працюють задля отримання фінансової віддачі, але головний чинник – це соціальна місія. Фінансовий прибуток є важливим для стійкості підприємства, але не вирішальним, так як отримання доходу та задоволення потреб акціонерів стоять на другому місці.

Інновації для вирішення соціальних проблем. Там, де суспільні та ринкові рішення зазнали невдач, соціальні підприємства пропонують свіжі рішення соціальних проблем. Головне завдання соціального підприємця знайти шлях внесення трансформаційних та масштабних змін соціальної проблеми. Слід розуміти, що інновації не обов'язково щось абсолютно новаторське, це може бути розширення, дублювання, синтез. Незалежно від форми інновацій, основна мета залишається на вирішенні соціальної проблеми (розширити, вирішити, масштабувати) для широкого сегменту суспільства. Такі інновації є соціальними інноваціями.

Самопідтримка бізнес-моделі. Здатність отримувати дохід та поєднувати це з соціальною місією. Суттєвим є питання, як соціальні підприємства пов'язані з фінансовими аспектами діяльності. Модель соціального підприємства охоплює як комерційну, так і некомерційну організацію. Такі підприємці вирішують соціальні проблеми за допомогою інноваційних рішень, а також отримують прибуток для функціонування підприємства. Але такий прибуток не є особистою вигодою, а є інвестиціями в подальший розвиток підприємства.

Вплив. Якщо вплив комерційного підприємства вимірюється фінансово, то вплив соціального підприємства вимірюється результатом – люди, планета, прибуток. Тобто, головна мета полягає в тому, щоб зробити вплив шляхом досягнення соціальної місії, яка є основою його існування.[6]

Взявши до уваги усі існуючі характеристики соціального підприємництва, можемо також виділити основний базис (принципи) його діяльності:

- Рівний розподіл акцій між усіма членами (працівниками, місцевими жителями, клієнтами тощо) та спільна власність;
- Демократія у прийнятті рішень;
- Доходи є інвестиціями в розвиток підприємства або вирішення соціальних та екологічних питань;
- Можливість отримання грантів;
- Поєднання комерційної та соціальної діяльності;
- Спрямування на створення суспільного багатства;
- Критерії успіху: фінансова незалежність, суспільне багатство, відповідальність за екологію та соціальні проблеми. [7]

1.3. Різниця між соціальним підприємництвом та традиційним

Для суспільства є важливими і соціальне підприємництво, і комерційне, адже вони можуть генерувати соціальний вплив з різних аспектів. Певною мірою мета однакова, зробити світ кращим для майбутніх поколінь.

Комерційні підприємці задовольняють потреби споживачів, пропонуючи якісні продукти та послуги. Вони мають значний позитивний вплив на суспільство (передові медичні технології, вакцини від вірусів, інтернет тощо). Безперечно, що є багато соціальних проблем, які державний сектор не зможе вирішити, такі як безробіття, бідність, забруднення тощо. Тому потрібні соціальні підприємці, які готові ризикувати задля вирішення соціальних проблем та покращувати життя суспільства та планети.

Дуже часто ми можемо спостерігати наглядні паралелі між соціальним та класичним підприємством, але ці терміни мають схожість та відмінність (див. табл. 1.3.).

Подібність:

1. Підприємницький процес – обидва підприємці зосереджуються на баченні та можливостях, а також наданні іншим можливостей. Виявлення можливостей та перетворення їх в досяжні операції – це якості, що характеризують підприємця. Перш за все, підприємцям необхідно з'ясувати соціальні потреби та ринковий попит. Підприємці повинні визначити суспільні проблеми та надати ефективні рішення.

2. Пошук результатів. Обов'язково мають бути результати, які можна виміряти та оцінити. Комерційні підприємці прагнуть отримати віддачу від інвестицій, яка є відсотком прибутку, а для соціального

підприємця досягнення вимірюються соціальним прибутком від інвестицій (цінність підприємства перед суспільством).

3. Приналежність до сфери підприємництва. Соціальне підприємництво – підвид підприємництва (ведення бізнесу з соціальними цілями). Вони також прагнуть прибутку, щоб підприємство мало змогу сталого розвитку.[4]

Відмінність:

1. Орієнтація на ринок та місію. Комерційні підприємці керуються ринком, а соціальні керуються передусім організаційною місією. Для соціального підприємства соціальна роль – основна, а комерційна є допоміжною. І навпаки, комерційні підприємства, інтегруючи соціальні обов’язки, не ставлять це в пріоритет. Вони мають орієнтуватися на прибуток, оскільки лише це вирішує їх становище та місце на ринку.

2. Вимірювання результатів. Результативність комерційного підприємства вимірюється часткою на ринку, ринковою вартістю, прибутком, задоволеність споживача, якістю тощо. Для соціального підприємства ефективність оцінюється соціальними змінами та впливом, такий нематеріальний результат ускладнює вимірювання через не кількісний та багатofакторний вимір та різне сприйняття таких змін.

3. Підхід. Між підходами є різниця щодо мобілізації та управління фінансовими та людськими ресурсами. Комерційні підприємці наймають конкурентоспроможних та перспективних працівників та відповідно платять (конкурентну винагороду). Однак людський ресурс соціального підприємництва може включати штатних працівників, неповний робочий день та волонтерів. Більшість соціальних підприємців не можуть компенсувати працівникам конкурентоспроможну заробітну плату в порівнянні з комерційними підприємцями через їхню діяльність, і

вони, як правило, невеликі та обмежені в ресурсах. Також працівники соціального підприємництва більше цінують негрошову винагороду, а отриману від своєї діяльності результативність. Більше того, соціальні підприємці реінвестують у соціальну місію, якщо вони мають надлишок, а не розподіляють між усіма зацікавленими сторонами. [4]

Табл. 1.3. Порівняння соціального та традиційного підприємництва.

Критерії	Соціальне	Традиційне
Першочергова мета	Вирішення соціальної проблеми	Максимізація прибутку
Процедура створення	Ризиково та складно	Менш складно
Розподіл прибуток	Інвестування у вирішення соціальних проблем та розвиток підприємства	Довільне розпорядження
Звітність	Відкрито та публічно	Відповідно до норм законодавства
Працівники	Вразливе населення	Конкурентоспроможні кадри
Відношення людей	Довіра стимулює до фінансування	Довіра на основі результатів діяльності

Джерело – складено автором на основі [8]

1.4. Взаємозв'язок між соціальним підприємництвом та інноваційністю

Інновації створюють внутрішні та зовнішні вигоди для підприємства, соціальні підприємства не є виключенням. Соціальні підприємства мають багато спільних ознак: фінансова самостійність, ризиковість, масштабування, а також інноваційність. Але основна мета не тільки максимізувати прибуток, але й збільшити соціальний вплив.

Ми знаємо, що інновації є одним із ключових інструментів для довгострокового підвищення конкурентоспроможності та покращення стану компаній. Тому розглянемо вплив інновацій на підприємство.

З 2002 року згідно статті 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» маємо визначення інноваційної діяльності, як «діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг» [9].

За керівництвом Осло інноваційна діяльність визначається як «усі наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні дії, які справді призводять до створення інновацій чи мають за собою таку ціль», а самі інновації як «введення у використання нового або значно покращеного продукту або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діловій практиці, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків» [10].

Власне бачення *інновацій* як процесу оновлення певного продукту чи послуги, застосовуючи нові методи та процеси, які до цього моменту ще не використовувалися та є унікальними, тобто успішні ідеї породжують новий ціннісний продукт.

Соціальні підприємці утворюють бізнес-спільноту, у якій де-факто розробляються інновації, впроваджуються та масштабуються для досягнення максимального соціального ефекту. Є три основні підтвердження даної теорії:

По-перше, соціальні підприємці здатні знаходити інноваційні рішення для складних суспільних проблем, приймаючи бізнес-логіку, яка зосереджується на ефективності.

По-друге, соціальні підприємці мають прагнення впроваджувати інновації на благо суспільства, а не прагнути отримати прибуток або цінність для акціонерів, як підприємці, орієнтовані на прибуток. Крім того, їхні основні цінності та переконання безпосередньо пов'язані з їхніми діями.

По-третє, соціальні підприємці часто розвивають соціальні інновації, які є соціальними не лише у своєму процесі, а й у своїх результатах. Тому це стосується науки та інновацій для суспільства, які відбуваються разом із суспільством. [11]

Соціальне підприємництво об'єднує в собі риси державного та приватного секторів, формуючи основу для вирішення інноваційним шляхом соціальних та екологічних проблем.

Якщо нові ідеї, технології та організація роботи на підприємстві є тими інструментами, що можуть забезпечити фінансову стабільність підприємств, то це є також важливим інструментом для соціального підприємництва. Адже пошук рішень та реалізація діяльності, що має соціальний вплив, потребують максимальної інноваційності, щоб бути успішними та довгостроковими.

Висновок до Розділу 1

Розглянувши етапи становлення, сутність та теоретичні підходи до визначення соціального підприємництва, можемо побачити різницю між традиційним та соціальним підприємництвом. Ознайомившись з концепцією соціального підприємництва можемо виокремити основні компоненти, загальну ціль, організаційну форму та принципи діяльності.

Проаналізувавши етапи розвитку та становлення соціального підприємництва можемо виділити основні принципи для подальшого успішного розвитку СП: взаємодія уряду і підприємств, ініціатива підприємств у вирішенні соціальних проблем, акцент на розвитку людського капіталу як одного із основних ресурсів економічного та соціального розвитку.

Так як термін «соціальне підприємництво» є доволі широким визначенням, у Розділі 1 визначили основні критерії:

- це також підприємництво;
- чіткість соціальних цілей;
- реінвестування прибутку у діяльність;
- частина прибутку на соціальні цілі;
- досягнення соціального ефекту.

Соціальні підприємства є чудовим інструментом для сталого розвитку, що є успіхом для суспільства та навколишнього середовища.

Також встановили взаємодію інновацій та соціальних підприємств, що суттєво впливає на успішність та довгостроковість проєктів. Адже соціальному підприємству для реалізації діяльності, що має соціальний вплив, необхідно мати фінансову стабільність.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА В ІНШИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ

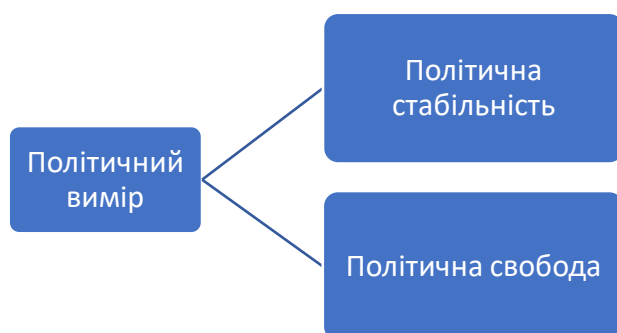
2.1. Огляд національних моделей та практик соціального підприємництва в провідних європейських країнах

Безсумнівно, що економічні, соціальні та екологічні проблеми сучасного світу сприяють активізації соціальних підприємств у провідних країнах.

Для визначення сприятливого простору для розвитку соціального підприємництва в країнах зосередимось на 5 важливих вимірах: політичному, правовому, економічному, технічному, інституційному та фінансовому.

Політичний вимір загалом впливає на загальне економічне середовище. Сприятливе політичне середовище є невід’ємною позитивною умовою для виникнення та розвитку соціального підприємництва. [12]

Табл. 2.1. Показники політичного виміру



Джерело – складено автором на основі [12]

Економічний вимір. Економічне середовище впливає на приплив іноземних інвестицій, капіталу, які надалі впливають на внутрішні інвестиції та економічні потоки.

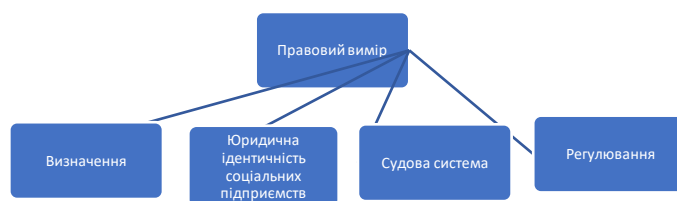
Табл. 2.2. Показники економічного виміру



Джерело – складено автором на основі [12]

Правовий вимір є одним з проблемних вимірів для розвитку галузі.

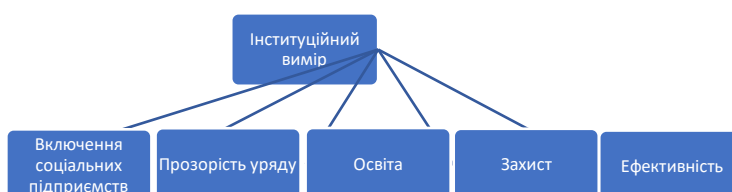
Табл. 2.3. Показники правового виміру



Джерело – складено автором на основі [12]

Інституційний вимір відповідальний за створення клімату для оптимального існування та розвитку соціального підприємництва. Інституційна структура є важливою для ефективності реалізації політики та стратегії соціального підприємства.

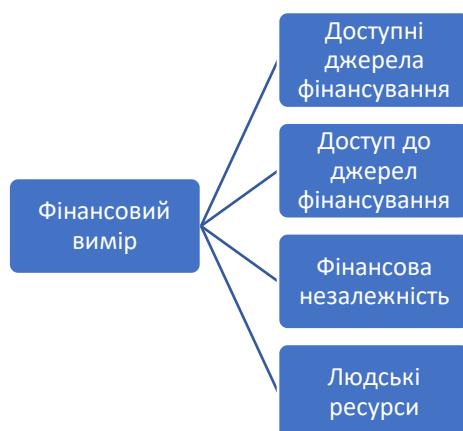
Табл. 2.3. Показники інституційного виміру



Джерело – складено автором на основі [12]

Фінансовий вимір. Соціальне підприємництво пов'язано не лише з соціальним результатом, а й з економічним. Для того, щоб існувати та фінансувати свою соціальну місію, соціальні підприємства мають виходити на ринок та здійснювати підприємницьку діяльність.

Табл. 2.4. Показники фінансового виміру



Джерело – складено автором на основі [12]

У багатьох європейських промислово розвинених країнах соціальне підприємництво задіяно в основному в сфері освіти, екології, міграції та справедливої торгівлі. За даними Європейської комісії, соціальним підприємством у Європі є кожен 4 стартап. Дедалі більше соціальних підприємців використовують свою діяльність для вирішення соціальних проблем, але, наразі мало дійсних даних, що вказують на заохочення розвитку цього сектору.

У 2019 році Thomson Reuters Foundation та CSR Made for Good Deutsche Bank провели глобальне опитування експертів щодо найкращих країн для розвитку соціального підприємництва. На основі цього дослідження виявлено сильні та слабкі сторони у цій сфері в 45 найбільших економіках світу. [13]

На основі 6 факторів: підтримка держави, залучення кваліфікаційного персоналу, громадське розуміння, доступ до інвестицій, зростання та отриманий прибуток. З топ-10 країн розглянемо трьох лідерів: Канаду, Бельгію та Францію.

Канада посідає перше місце у світі за створенням умов для розвитку соціального підприємництва, у тому числі перша за рівнем доступу до капіталу, здатністю соціальних підприємців заробляти на життя за рахунок своєї діяльності, а також за темпами розвитку соціального підприємництва.[13]

Канада

Таблиця 2.5. Показники Канада за 2016 та 2019 роки

Канада	2016	2019	
Підтримка держави	70,8%	72,92 %	Державна політика підтримує соціальних підприємців.

Персонал	72,9%	68,75 %	Соціальним підприємцям легко залучити персонал з необхідними навичками.
Громадське ставлення	47,9%	56,25%	Більша половина громадськості розуміє, чим займаються соціальні підприємці.
Доступ до інвестицій	58,3%	62,5%	Соціальним підприємцям легко отримати доступ до інвестицій (боргових та/або власних коштів).
Зростання (розвиток)	95,8%	95,83%	Соціальне підприємництво набирає обертів.
Отриманий прибуток	70,8%	77,08%	Соціальні підприємці можуть заробляти на життя своєю роботою.

Джерело – складено автором на основі [13]

Кількість соціальних підприємств в країні щорічно збільшується. Так, лише в Онтаріо зареєстровано 10 тис. соціальних підприємств, які сформували інвестиційний капітал у 2,5 млрд дол. Соціальні підприємства Канади здебільшого працюють на місцевому рівні (58%), значно менше на національному (13%) та міжнародному (10%) рівнях. Основними фінансовими джерелами їх діяльності є дотації (77% соціальних підприємств), банківські кредити (8%), фінанси кредитних асоціацій (7%), державних структур (2%), фінансування приватних осіб.[14]

Законодавство Канади сприяє розвитку соціального підприємництва, а також розмежовує соціальне підприємництво та підприємництво з соціальним призначенням. Для соціальних підприємств є обов'язковим створення Ради соціального підприємства, що слідує за

правовими основами. Також державні служби повинні регулярно допомагати соціальним підприємствам. [14]

Бельгія

Основою соціальної економіки Бельгії є асоціації, кооперативи та взаємні товариства. Сектор соціальних підприємств підтримується трьома ключовими структурами: державне фінансування, пожертвування та соціальні інвестиції, внески традиційних підприємств.

Державна політика сприяє соціальному підприємництву та відіграє важливу роль. Органи державної влади, на федеральному та регіональному рівнях, особливо зацікавлені соціальним підприємством як інструментом для досягнення своїх цілей. Фонди та інші філантропічні суб'єкти відіграють важливу роль у наданні фінансової підтримки. Тому, в Бельгії більш орієнтована тенденція до розвитку соціального підприємництва на ринку.

Більшість бельгійських соціальних підприємств працюють як асоціації. Менш численними, але також важливими, є фонди країни, взаємні товариства, кооперативи та компанії соціального призначення.

Фіскальна база соціальних підприємств у Бельгії відрізняється для асоціацій, фондів і компаній (включаючи кооперативи). Будь-які податкові пільги та соціальні відрахування визначаються організаційно-правовою формою. [15]

Таблиця 2.6. Показники Бельгії за 2016 та 2019 роки

Бельгія	2016	2019	Опис
Підтримка держави	45,5%	70%	За 3 роки суттєве зростання державної підтримки.

Персонал	47,73%	58,3%	Соціальним підприємцям досить легко залучити персонал з необхідними навичками.
Громадське ставлення	33,3%	47,73%	Зростання громадського ставлення.
Доступ до інвестицій	52,3%	61,36%	Зростання доступності до інвестицій.
Зростання (розвиток)	70,8%	84,09%	Набирає оберти.
Отриманий прибуток	58,3%	66,67%	Соціальні підприємці можуть заробляти на життя своєю роботою.

Джерело – складено автором на основі [13]

У 2000 та 2005 роках федеральна держава та регіони/громади підписали угоди для забезпечення узгодженості державної політики: перша базувалася на соціальній економіці, друга – на «плюральной економіці», включаючи соціальне підприємництво та корпоративну соціальну відповідальність.

Заходи підтримки, які стосуються неприбуткових організацій, регулюються нормативно-правовими актами, характерними для їхньої сфери діяльності (наприклад, охорона здоров'я, освіта та культура).

Нещодавно були розроблені схеми, які разом утворюють багато пропозицій, включаючи гранти, державні соціальні інвестиції, приватні соціальні інвестиції, інвестиції від банків та облігації соціального впливу.

[15]

Франція

Францію можна вважати першопроходцем у розробці концепції «соціальної економіки», але наразі термін «соціальне підприємництво» вживається менше, ніж у інших європейських країнах.

Обмежене використання поняття соціального підприємництва у Франції, безсумнівно, може бути пов'язане з особливостями процесу структурування та інституалізації соціальної економіки, з якого виникла нова концепція, яка також включає форми соціальних підприємств і називається соціальною та солідарною економікою (SSE). [16]

У 2014 році впровадивши закон про соціальну та солідарну економіку, Франція надала юридичне обґрунтування цьому терміну та обрала широке визначення SSE. Окрім асоціацій, кооперативів, спільних товариств та фондів, які є основними діючими учасниками соціальної економіки, закон відкрив поле SSE для комерційних компаній. Економічна діяльність таких підприємств має бути спрямована на досягнення соціальної корисності, а керівництво дотримуватися сукупності правил, що стосуються, зокрема, обмеженого перерозподілу прибутку.

Французьке законодавство визначило соціальне підприємництво так, що воно повністю відповідає актуальному визначенню соціального підприємництва ЄС.

Таблиця 2.7. Показники Франції за 2016 та 2019 роки

Франція	2016	2019	
Підтримка держави	72,9%	70,83%	Досить висока підтримка від держави.

Персонал	77,1%	64,58%	Соціальним підприємцям легко залучити персонал з необхідними навичками.
Громадське ставлення	37,5%	43,75%	Менша частина населення підтримують.
Доступ до інвестицій	37,5%	50%	Зростання доступу до інвестицій.
Зростання (розвиток)	82,5%	79,17%	Набирає обертів.
Отриманий прибуток	50%	62,5%	Соціальні підприємці можуть заробляти на життя своєю роботою.

Джерело – складено автором на основі [13]

Організації, що можна вважати соціальними підприємствами у Франції:

- В асоціації має працювати мінімум один працівник та не менше 25% бюджету виділяється на соціальні цілі;
- Кооперативи, які мають чітку соціальну мету (наприклад, надання соціальних послуг, сталий розвиток, створення робочих місць для вразливих верств населення тощо). До цієї категорії входять кооперативи колективних інтересів (SCIC) і кооперативи діяльності та зайнятості (CAE), а також WISE з кооперативною формою;
- Фонди, які керують послугами загального інтересу;
- Інші форми підприємництва, які підпадають під правила SSE, оскільки вони мають соціальну корисність і відповідають правилам щодо розподілу прибутку. Ця категорія включає WISE та ESUS, створені як звичайні підприємства.

Кількість соціальних підприємств у 2015 році у Франції становила 96 603 соціальні підприємства.

Французька екосистема досить обширна. Проте багато заходів підтримки розроблені не спеціально для соціальних підприємств, а скоріше для організацій SSE загалом. Протягом останніх кількох років нові суб'єкти почали активно підтримувати соціальні підприємства, включаючи державні органи — як на національному, регіональному та місцевому рівнях, так і інших приватних гравців.[16]

Порівняно з іншими країнами ЄС у Франції SSE добре визнаний на інституційному рівні в результаті тривалого шляху інституалізації на національному та регіональному рівнях з 2000-х років. Інституційні суб'єкти та організації, ініціативи суспільства підтримують SSE на технічному, управлінському та фінансовому рівнях.

Незважаючи на добре сформовану інвестиційну спільноту, пов'язану з більш широким SSE, залишаються певні труднощі у забезпеченні належного рівня інвестицій через слабкі сторони попиту (наприклад, недостатня поінформованість) і пропозиції (наприклад, відсутність ризику, високі трансакційні витрати).

Соціальне підприємництво в Німеччині

Німецькі соціальні підприємства мають міцне коріння в кількох проявах: від асоціативних та філантропічних дій до співробітництва або взаємних мотивів для самодопомоги, а також трудові інтеграції та спільноти.

Після Другої світової війни система соціального забезпечення почала керуватися трьома основними принципами:

- Субсидіарність: постачальники соціальної економіки мають пріоритети над державним втручанням;

- Самоуправління: тарифні переговори між організаціями, двосторонній діалог в трудових відносинах;
 - Суспільна користь: основна частина соціальної економіки.
- Мета – пропонувати продукти та послуги за доступними цінами населенню та вкладати в їх ціноутворення соціальні аспекти.

Порівнюємо оперативне визначення соціального підприємства в ЄС та Німеччині. [17]

У роботі ми спираємось на визначення, що запропоноване Ініціативою соціального бізнесу (SBI) 2011 року. Згідно з ним соціальне підприємство описується як підприємство, що:

- За основну мету має досягнення соціального ефекту, а не отримання прибутку;
- Надлишки прибутку використовує для досягнення соціальних цілей;
- Керується прозорою звітністю та інноваційністю. [18]

Порівнюючи концепції Німеччини з оперативним визначенням ЄС, жодна німецька концепція не включає в себе виміри ЄС щодо інклюзивної власності та управління.

У Німеччині зараз налічується близько 100 тисяч соціальних підприємств, на яких працює близько 2,5 мільйонів працівників. Близько 29% соціальних підприємств працюють менше 5 років. У Німеччині поширена співпраця соціальних підприємств з національним урядом (21%), а також співпраця з місцевими та регіональними органами влади. Частка німецьких соціальних підприємств, що використовують інновації, становить 88%, що є третім показником у світі після Швеції та Китаю. Діяльність соціальних підприємств цієї країни зосереджена на розвитку громади, працевлаштуванні та навчанні (25%) та охороні здоров'я (15%). Основними джерелами фінансування німецьких соціальних підприємств є

державне фінансування (43%), гранти (29%) та пожертвування (10,5%). Напрями державної підтримки соціальних підприємств Німеччини включають: звільнення від корпоративних податків на прибуток, включення соціальних підприємств як окремих цільових груп до схем державної підтримки та фінансування таких підприємств Національним банком розвитку та структурними фондами ЄС, сприяння волонтерству, підтримка соціальних підприємств на місцевому та регіональному рівнях, законодавче закріплення розвитку соціального підприємництва. [19]

2.2. Соціальне підприємництво в Україні

Не зважаючи на те, що відсутній єдиний погляд на соціальне підприємництво в Україні, це соціальне та економічне явище має перспективи та вже розвивається. Для спрощення аналізу, звернемося до широко використовуваного визначення в Україні.

Соціальне підприємство – це підприємство, що функціонує з метою отримання прибутку, що використовується для виконання соціальної місії. Соціальне підприємництво має схожі критерії до традиційного підприємництва, такі як фінансова звітність, інноваційність, ризиковість та масштабність. Поряд з подібними критеріями є і специфічні ознаки: пріоритет за соціальною метою, прозора та публічна звітність, реінвестування у соціальний розвиток.

Наразі відсутня детальна статистика соціальних підприємств в Україні, що перешкоджає встановленню масштабності розвитку. Протягом 2008-2017 років було створено приблизно 112 соціальних підприємств, найбільша кількість припадає на 2015 та 2016 роки – 32 і 24 підприємства відповідно. (див. рис. 2.1.) [20]



Рисунок 2.1. Динаміка росту кількості соціальних підприємств в Україні 2008-2020 рр.

Джерело – складено автором на основі [20]

За даними досліджень 2020 року в Україні працює приблизно 1000 соціальних підприємств. Останні декілька років відбувається їх прогресивне зростання (82%). В цю кількість входять підприємства, що підпадають під такі критерії:

- Товар або послуга компанії створює соціальну цінність, яку можна виміряти. Це може включати антикорупційні послуги та зелені продукти. Прикладом такої компанії, яка бореться з корупцією, є система електронних державних закупівель. Ще одним прикладом у сфері покращення екологічного продукту є Zelenew Recycling Lab, яка створює унікальні та корисні дизайнерські об'єкти пластикових відходів.
- Певний відсоток працівників компанії представляють вразливі верстви населення (люди з інвалідністю, внутрішньо переміщені особи, ветерани, матері-одиначки, етнічні меншини тощо). Прикладом такого підприємства в Україні є Veterano Group.
- Фіксований відсоток прибутку компанії спрямовується на соціальну мету, тобто на діяльність громадської організації, благодійного фонду, соціального проекту тощо. Прикладом такого підприємства в Україні є Urban Space 100. [21]

Причинами цього росту є соціально-економічна криза як наслідок політичних та геополітичних проблем, а саме військовий конфлікт на Сході України, потреба більшої кількості людей у соціальній підтримці тощо. І саме соціальні підприємства є тим інструментом, що частково можуть вирішити певні соціальні проблеми.

За географічним розташуванням найбільша кількість соціальних підприємств знаходяться в Києві (20 %), на другому місці – Львів (10%), а на третьому - Полтава (6%). Соціальні підприємства є майже в кожній області України.

За напрямками фінансування соціальні підприємства поділяються на ті, що існують за: благодійні внески, власний прибуток, внески членів кооперативу, інвестиції та бюджетні кошти. (див. рис. 2.2.) [4]



Рисунок 2.2. Джерела фінансування соціальних підприємств в Україні

Джерело – складено автором на основі [4]

За напрямком діяльності соціальні підприємства відрізняються, найбільша кількість залучені у сферах вирощування та збуту сільськогосподарської продукції, трудовій, медичній та соціальній реабілітації людей з інвалідністю та швейного виробництва. (див. рис. 2.3.) [22]

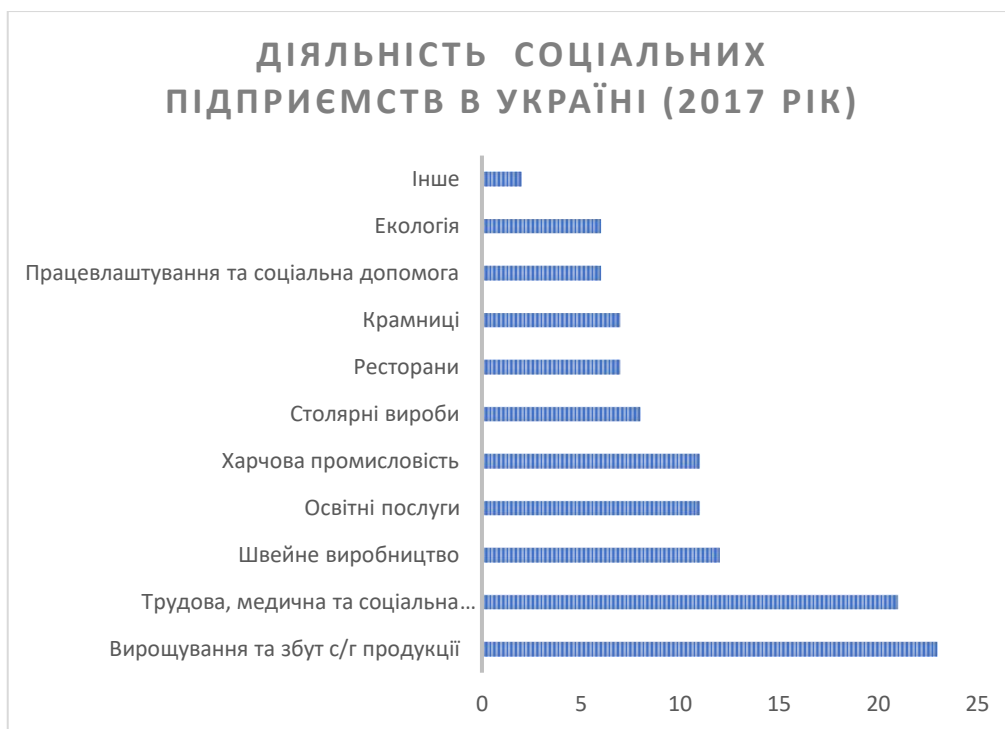


Рисунок 2.3. Види діяльності соціальних підприємств в Україні

Джерело – складено автором на основі [22]

В Україні соціальні підприємства не мають обмежень у виборі організаційної форми для оформлення своєї діяльності. Більшість соціальних підприємств мають такі організаційні форми: фізичні особи-підприємці - ФОП (26%), приватне підприємство (16%), громадська організація (14%), товариство з обмеженою відповідальністю (13%) тощо.

Більшість соціальних підприємців надають перевагу формі ФОПів, щоб облегшити адміністрування підприємства, оподаткування та звітність.

Ще однією правовою ознакою соціального підприємства є декларування соціальної місії. В Україні 46% звітують соціальну місію через статут, 19% мають відкриту публічну декларацію та ще 17% через різні договірні документи.[20]

Також звернемо увагу на те, що на сьогоднішній день, діяльність соціальних підприємств не є легалізованою, тобто вона не є визнана на національному законодавчому рівні.

Одним з успішних прикладів соціальних підприємств в Україні є Veterano Group. Veterano Group було створено в 2015 році Леонідом Остальцевим, перед яким, після повернення з АТО, постало питання: «чим займатись далі?». Створена ідея націлена на допомогу ветеранам воєнних дій адаптуватись до звичайного життя.

Концепція першої піцерії була проста, власником франшизи може бути лише ветеран воєнних дій, працювати може будь-хто. Загальна кількість працівників приблизно 130 осіб, з них близько 50 – ветерани воєнних дій.

Частину свого доходу проекти Veterano Group відправляють на благодійність дітям загиблих військових, а також 10% від прибутку направляються на допомогу постраждалим у збройних конфліктах. Також у кав'ярнях та піцеріях є знижки для ветеранів воєнних дій. [23]

Ще одним прикладом є соціальне підприємство «Зелена коробка», яке займається виробництвом екологічних контейнерів для сортування відходів, крісел-мішків із переробленого пінопласту як екологічного наповнювача, а також обслуговуванням роздільного збору відходів у квартирах та будинках Львову. Прибутки реінвестуються в діяльність підприємства, з метою навчити українців сортувати відходи. У 2019 році підприємство відкрило першу громадську сортувальню вторинної сировини. [24]

Пекарня «Горіховий дім» була заснована в 2012 році у Львові з метою фінансової підтримки Центру для жінок, що опинилися у кризовій ситуації. Вони ж першими і почали випікати печиво та солодоці на продаж. З 2016 року пекарня відкрила два нових напрямки: кейтеринг і

доставку обідів в офіс. У приготуванні страв тут використовують виключно натуральні продукти, а печиво випікають за спеціальною рецептурою, яка допомагає довго зберігати його без хімічних добавок. Замовляючи їжу та послуги в пекарні «Горіховий дім», кожен долучається до благодійності, адже частину прибутку вони скеровують на допомогу соціально незахищеним людям Львова. [25]

2.3. Проблемні аспекти та перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні

Проаналізувавши дані українських дослідників, можемо висвітлити бар'єри, що існують в Україні для соціального підприємництва. (див. табл. 2.8.)

Табл. 2.8. Бар'єри для розвитку соціального підприємництва в Україні

Класифікація бар'єрів		Характеристика
Зовнішні	Законодавчі	Недосконала законодавча база у сфері соціального підприємництва; Обмеження організаційно-правових форм СП; Складний процес реєстрації СП.
	Соціальні	Нерозуміння громадськістю важливості та ролі СП; Невизначеність наслідків приватизації комунальних та соціальних послуг
	Економічні	Відсутність фінансової підтримки від держави; Відсутність фінансової підтримки з боку корпоративного бізнесу;

		Недостатня кількість податкових пільг для СП.
	Регулюючі	Бюрократія; Корупція; Відсутність регулюючих механізмів створення та розвитку СП.
Внутрішні	Фінансові	Відсутність коштів для стартапів; Повільна окупність інвестицій; Високі фінансові ризики; Обмеженість фінансових ресурсів.
	Кадрове забезпечення	Відсутність досвіду у СП; Низький рівень кваліфікації працівників; Врахування умов та вимог для працівників з інвалідністю.
	Адміністративні	Відсутність дієвої координації між СП; Відсутність навичок управління СП.

Джерело – складено автором на основі [26]

На противагу бар'ерам розвитку соціального підприємництва є також деякі позитивні можливості для розвитку:

- Відсутність державного регулювання також дає можливість обрати найбільш зручну організаційно-правову форму для соціального підприємства. З початку соціальне підприємство може еволюціонувати з комерційного проекту до публічного акціонерного товариства.

- Можливість залучення ресурсів, що не використовуються традиційними підприємствами. Наприклад, людський ресурс – вразливі члени суспільства, люди похилого віку, етнічні меншини тощо.

- Зростання лояльності громадськості до продукції, що виробляється СП.
- Підтримка СП міжнародними фондами та організаціями. [27]

Сьогодні, можна говорити про наявність певної екосистеми соціального підприємництва, яка динамічно просуває цю тему вперед. Це стає очевидним у великій кількості проєктів, організацій та видань, а також у численних освітніх та рекламних програмах. Однак має бути зрозуміло, що екосистема повністю залежить від міжнародних донорів і все ще нестабільна. Для підтримки розвитку соціального підприємництва необхідна державна допомога у розвитку галузі та подальша підтримка через незалежних національних та транснаціональних донорів.

Для підтримки та розвитку соціального підприємництва, як ефективного інструменту створення робочих місць та вирішення соціальних проблем на місцях, необхідна активна міжнародна підтримка, подальший розвиток партнерства у цій сфері, а також створення відповідних мережевих структур. Проте, для забезпечення сталого розвитку соціального підприємництва неможливо обійтися без системної підтримки цієї сфери державою та економічної підтримки соціальних підприємців в Україні. Постійна підтримка соціального підприємництва може нормалізувати концепцію соціальної відповідальності. Прозорість у соціальному підприємстві може сприяти толерантності та довірі суспільства.

Юридична консолідація і підвищення цінності соціального підприємництва були б ключовим моментом, щоб воно зайняло своє місце в політиці, економіці, суспільстві та науці. Необхідно також створити національний фонд та дослідницький центр (мозковий центр) з метою документування, аналізу та підтримки розвитку соціального підприємництва. [28]

Аналіз світового досвіду розвитку та регулювання соціального підприємництва в передових країнах Європи вказує на те, що його адаптація можлива і корисна. Однак це стане можливим за таких умов:

- необхідно легалізувати соціальне підприємництво за прикладом передових країн світу;
- необхідна національна доктрина розвитку соціального підприємництва, яка дозволить визначити тактику та стратегію дій щодо вирішення соціальних цілей;
- необхідно сформувати в суспільстві розуміння важливості соціального підприємництва як глобального інструменту, який може стимулювати розвиток підприємництва в цілому. (див. табл. 2.9.)

Табл. 2.8. Шляхи розвитку соціального підприємництва в Україні

Підтримка соціальних підприємств на їх початковому розвитку	Соціальні бізнес-інкубатори
	Соціальний франчайзинг
	Державні програми підтримки пріоритетних напрямків соціального підприємництва
	Взаємодія з міжнародними представниками соціального підприємництва
Доступ до фінансових ресурсів	Підвищення ефективності гарантій за кредитами
	Залучення комерційних банків до фінансування на вигідних умовах
	Залучення бюджетних коштів до соціального підприємництва

Нормативно-правова база	Використання міжнародних стандартів та законодавства
Додаткові можливості	Внесення соціального підприємництва до пріоритетного напрямку розвитку
	Активізація інформаційної підтримки (вебінари, форуми тощо)
	Школа соціального підприємництва

Джерело – складено автором на основі [31]

Як першочергові кроки, які можуть покращити адаптацію світового досвіду розвитку соціального підприємництва для України необхідно: для передових соціальних підприємств стати повноправними учасниками Альянсу соціальних підприємств; створити Центр підтримки розвитку соціальних підприємств; запровадити механізм співпраці держави, підприємництва та громади у сфері розвитку соціального підприємництва.

Аналіз світового досвіду розвитку соціального підприємництва вказує на те, що в передових країнах Європи висока активність цього сектору досягається завдяки законодавчому закріпленню його ролі в економіці країн, підтримці з боку місцевих органів влади, належному регулюванню розвитку соціального підприємництва, грантової діяльності; у Канаді – шляхом стимулювання соціальних інновацій з боку держави, створення сприятливих умов для підтримки розвитку цієї галузі, поширення інформаційних даних про життєздатні рішення у сфері соціального підприємництва. Для України такий досвід корисний, перш за все, з точки зору потреби надання правового статусу соціальним підприємствам, забезпечення розуміння в суспільстві, вироблення шляхів стимулювання розвитку соціального підприємництва та створення

платформи для вирішення низки соціальних проблем – безробіття, низької заробітної плати тощо.

Висновок до Розділу 2

Враховуючи велику кількість соціальних проблем у світі, соціальне підприємництво набуває актуальності та популярності як ефективного інструменту для їх вирішення. Україна має доволі великі перспективи для розвитку соціального підприємництва. Для цього сприяє економічне середовище, законодавство, наявність людських ресурсів, лояльність споживачів, підтримка міжнародними фондами та організаціями.

Оглянувши досвід Канади, Бельгії, Франції та Німеччини, можна підтвердити, що уряд грає вагомую роль у стимулюванні компаній до реалізації соціального підприємництва, а також створює усі норми та закони для контролю та підзвітності.

Україна знаходиться на стадії формування умов для розвитку соціального підприємництва, яка наразі не має підтримки з боку уряду та не має встановлених нормативних стандартів та організаційних форм.

Шляхом для подальшого розвитку СП в Україні є легалізація за прикладом провідних країн, формування стратегії розвитку та створення урядового органу, що буде регулювати та стимулювати СП, а також введення податкових пільг.

РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1. Діяльність громадського ресторану «Urban Space 100»

В Україні динамічно розвивається ресторанний ринок, що є передумовою для посилення конкуренції між закладами харчування, появи нових концепцій та зміні старих форматів. Для утримання постійних відвідувачів та залучення нових мають використовуватися інноваційні підходи та ідеї, нові формати закладів харчування.

Одним з інноваційних варіантів є створення соціальних громадських ресторанів. Прикладом успішного досвіду у цій сфері є український громадський ресторан «Urban Space 100».

«Urban Space 100» - це ресторан, що генерує прибуток та передає 80% його на підтримку громадських ініціатив Івано-Франківську. Також ресторан використовується як вільний простір для міських заходів.

Засновниками закладу є 100 меценатів, які втілюють разом спільні ідеї для покращення міста. Ідея заснування закладу такого формату належить платформі «Тепле місто». Це інноваційна платформа для ініціатив та синергії між ними, яка займається створенням можливостей та трансформацій для покращення суспільства. Управління ресторану займається компанія «23 ресторани», яка є мережею ресторанів, що відповідально ставляться до своєї діяльності не тільки перед економікою, а й перед суспільством та екологією. Для компанії важливе виконання 12-ї Цілі Сталого розвитку ООН «Відповідальне споживання та виробництво», тому їх мета - скоротити обсяги харчових відходів своїх закладів удвічі. До мережі входять такі заклади, як Manufactura, Delikacia, PromBar, PromFood тощо.

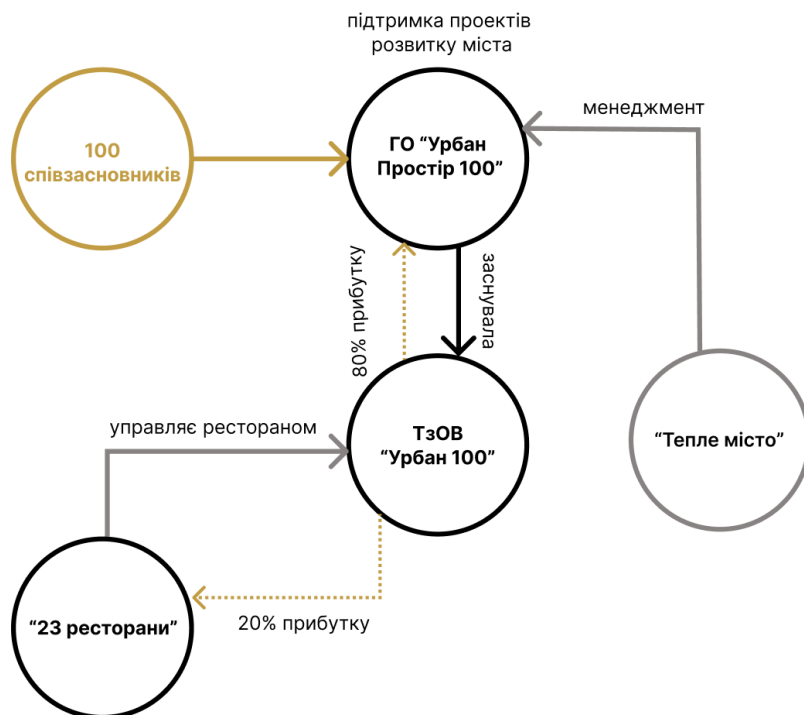
Юридична модель проекту має 2 форми: громадська організація та товариство з обмеженою відповідальністю.

У своїй діяльності члени громадської організації керуються Статутом організації та для прийняття рішень проводять загальні збори щоквартально.

Компанія «23 ресторани» відповідальна за операційний менеджмент та управлінські функції ресторану та отримує за це 20% чистого прибутку закладу.

Платформа «Тепле місто» є автором проекту та власником торгової марки «Urban Space». Платформа відповідальна за проектний менеджмент та розвиток франшизи. (див. рис. 3.1.)

Рисунок 3.1. Схема ролей усіх сторін проекту



Джерело – складено автором на основі [29]

Urban Space є прикладом того, як можуть об'єднатися містяни навколо спільної ідеї щодо розвитку міста. Громадська та соціальна цінність проекту повністю відображає його цілі та філософію:

- Створення цільового фонду, що діє прозоро та призначений для фінансування громадських проектів, які націлені на розвиток міста;
- Створення фізичного простору для активізації суспільства з метою надання імпульсу новим ініціативам і збереження динаміки їхнього розвитку;
- Об'єднання 100 людей, які є соціально активними та готові інвестувати та розподіляти кошти на вирішення соціальних проблем міста.

Основна мета проекту – це створення простору для спілкування активних людей, смачно годувати, як наслідок отримувати прибуток та фінансувати громадські проекти.

Комерційна складова діяльність «Urban Space 100» реалізовується за допомогою ресторану, а також крамниці.

У крамниці представлені в асортименті українські бренди, так як вона націлена підтримувати локальних майстрів та вітчизняних виробників

(Orner, Bukvica, Shufliia, благодійна організація «Таблеточки» тощо). Акцент на бізнес-книгах українських видавництв («Наш Формат», «Видавництво Старого Лева», «Основа»). Крамниця надає 10-20% до загального доходу ресторану.

Але цінність ресторану не лише в фінансуванні громадських ініціатив, передовсім це об'єднання взаємодії між соціально активними людьми (від співзасновників до відвідувачів). Додатково «Urban Space

100» виконує свою соціальну місію – майданчиком для подій та грантовою програмою.

Кожного місяця у закладі проводяться приблизно 30 заходів на безоплатній основі для того, щоб небайдужі люди могли заявити про свої ідеї та проекти.

За 5 років існування «Urban Space 100» пройшло 1019 подій. (див. рис. 3.2.)

Рисунок 3.2. Кількість проведених заходів за 2015-2020 рр.



Джерело – складено автором на основі [29]

Заходи можуть проводитись будь-якого формату, але обов’язково відповідати філософії закладу та сприяти розвитку міста для покращення життя містян. Також заходи повинні бути нерелігійними та аполітичними, недискримінативними та без комерційної складової.

Грантова програма проекту формується з 80% прибутку ресторану, тому кожен гість робить внесок у покращення та розвиток міста. Ця

програма поділяється на 4 сезони. Щоквартально на загальних зборах співзасновники вибирають проекти, що будуть фінансуватися «Urban Space 100». Тематичних пріоритетів для проектів немає, це можуть бути як інфраструктурні проекти, так і конференції та освітні заходи. Головним фактором є реалізація ідеї в Івано-Франківську та покращення життя у місті.

Підтримані проекти: Музичний тролейбус, День вуличної музики, створення муралів, відновлення старовинних дверей, конференція «Кіно за кадром», ремонт візків у медичних закладах, організація студентських просторів, проект «Поділись їжею», Мотузковий парк для дітей з аутизмом, Найбільшу увагу у ЗМІ та громадськості викликали проекти по дослідженню та реставрації старовинних вивісок та моніторинг якості повітря.

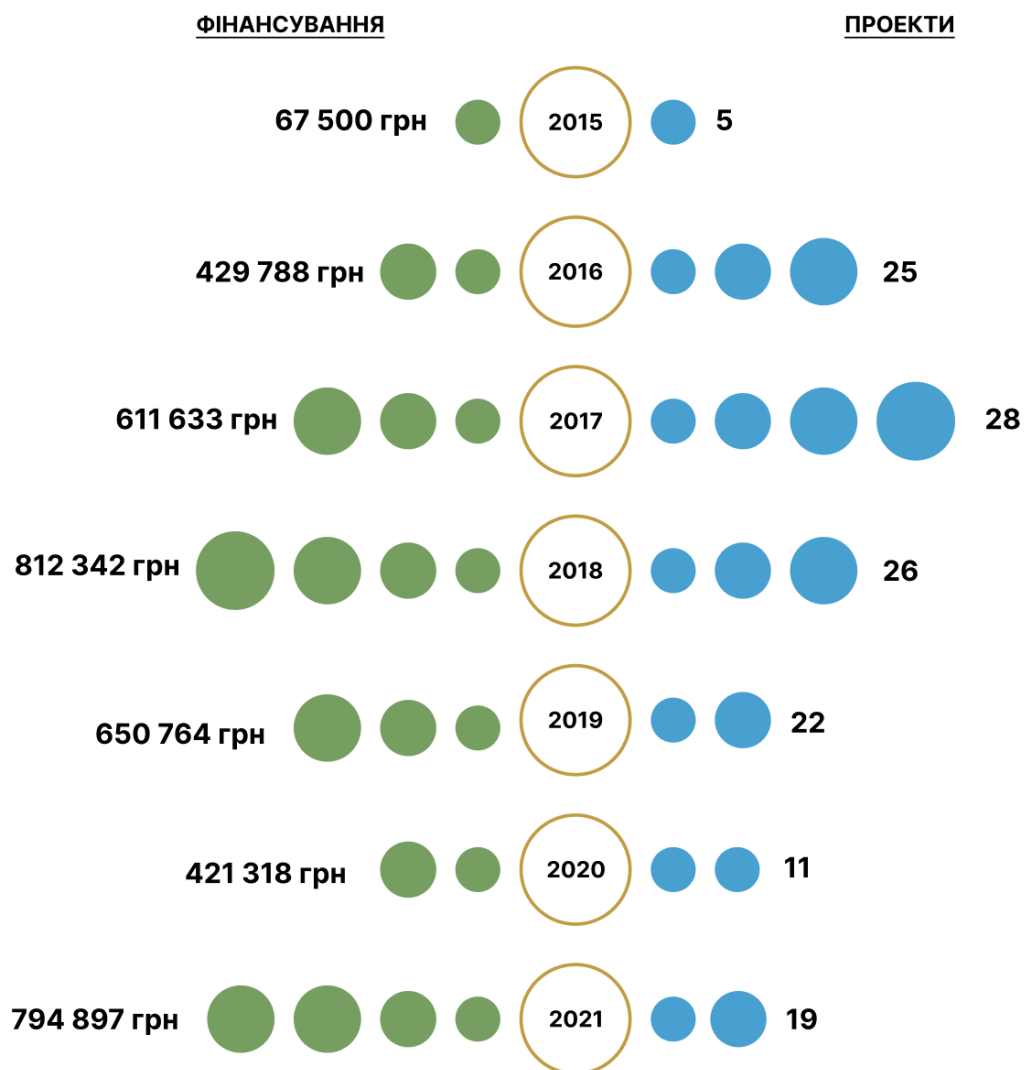
У 2020 році за усіма основними цілями є результати:

- Понад 100 тисяч доларів спрямовано на ініціативи для покращення життя суспільства в Івано-Франківську;
- Проведено більше 1000 подій, відвідали більше півмільйона людей;
- Успішність фінансова та соціальна.

Також важливими соціальними та економічними результатами є створення робочих місць (30 працівників), підтримка українських брендів, закупівля продукції місцевих підприємців.

Загалом протягом 2015-2021 років ресторан реалізував 135 проектів та залучив до цього понад 3 мільйона гривень. (див. рис. 3.3.)

Рисунок 3.3. Кількість проектів та фінансування за 2015-2021 рр.



Джерело – складено автором на основі [29]

У травні 2021 році відбулося відкриття 3 проектів за грантової підтримки закладу:

1) Парк під ногами (5 400 грн)

Було організовано забіг в 5 км. Учасники відправляли підтвердження виконаного завдання, і за кожного учасника, який пробіг 5 км, команда висадила дерево.

2) Виставка «Вже не буде/Ще не є» присвячена життю людей під час пандемії (35 000 грн)

3) Виставка «»Від(на)родження» (42 000 грн)

На жаль, зимовий грант не було виконано у грудні 2021 року через складнощі, що виникли у результаті пандемії COVID-19. [29]

3.2. Діяльність спільноти взаємодопомоги «Емаус-Оселя»

В Україні, як і у більшості країн світу, існує проблема бездомності людей. Через фінансові труднощі, відсутність підтримки близьких, нездатність бути платоспроможними та неспроможність доглядати за собою призводить до того, що певні особи опиняються на вулиці та стають бездомними. Питання захисту бездомних осіб є актуальним на міжнародному та національному рівнях.

Саме вирішення такої проблеми стало соціальною складовою для спільноти «Емаус-Оселя».

«Емаус-Оселя» - це організація, яка займається допомогою безпритульним особам віднайти себе у суспільстві. Ця організація була заснована у 2012 році та виконує ролі: громадської організації і соціального підприємства.

Юридична модель проекту має 2 форми: громадська організація та ФОП.

Основна діяльність як громадської організації: організувати життя у центрі ресоціалізації бездомних осіб. Спільнота має на меті допомогти таким людям навчитися бути відповідальними за своє життя, працювати, жити у соціумі та взаємодіяти з ним. [30]

У будинку Спільноти можуть проживати приблизно 50 осіб. Вікова категорія людей різноманітна (від 20 до 60 років). Кожна особа, яка знаходиться у будинку Спільноти в міру своїх можливостей та здібностей забезпечує її діяльність, виконуючи певну роботу. Перш за все, коли люди потрапляють у Спільноту, вони проходять курс соціального навчання у вигляді індивідуальних консультацій з психологом та групових занять-терапій. Часто люди також потребують терапії від алкогольної залежності,

над цим вони також працюють у групах, підтримують один одного та набувають нових навичок тверезості. Особи, що довше знаходяться у Спільноті, беруть на себе більше справ та відповідальності та залучаються до організаторської роботи. Термін перебування не є обмеженим, людина може покинути Спільноту, коли буде готова до такого кроку, або може залишатися та присвятити себе допомозі іншим. [30]

Як соціальне підприємство «Емаус-Оселя» має декілька напрямків:

- Збір речей та контейнери для одягу.

Це перша організація, яка почала практикувати збір непотрібних речей від населення контейнерами в Україні, таких як: меблі, одяг, речі домашнього побуту та інше. У Львові встановлено 23 контейнери для збору взяття, книг та одягу у різних частинах міста.

Ця діяльність має на меті: зробити непотрібні речі для одних людей, потрібними для інших та надати йому друге життя, а не бути викинутим у смітник.

Важливою є екологічна, економічна та соціальна складова такої діяльності.

Екологічна: непридатний одяг передається на переробку, не опиняється на смітнику, використовується повторно.

Економічна: мешканці Спільноти сортують та ремонтують речі, а потім реалізують у благодійних крамницях.

Соціальна: також речі віддають малозабезпеченим, безпритульним людям.

У 2020 році контейнерами було зібрано приблизно 1 220 тон одягу.

Зібрано 95 тон речей, які не підлягають переробці та використанню. Це дуже велика кількість сміття, тому Львівська міська рада допомагає вивозити на сміттєзвалище.

За 2020 рік 770 малозабезпечених сімей отримали допомогу речами. В Спільноті було видано 3 564 одиниці одягу. (див. табл. 3.1.)

Таблиця 3.1. Використання зібраних речей у 2020 році

	Переробка (кг)	Перевикористали (кг)	Непридатні речі (кг)
Бавовна	40 199	1 060 000	95 000
Макулатура	19 536		
Метал	3 643		
Джинс	754		
Скло	24		
Поліетиленові пакети	3 863		

Джерело – складено автором на основі [30]

- **Благодійні крамниці**

Благодійна крамниця «Емаус-Оселя» є основним джерелом фінансування Спільноти. Мешканці Львову, які хочуть долучитись до благодійних цілей, віддають речі у крамницю. Кожен, хто придбає речі у крамниці, допомагає:

- 47 бездомним, що проживають та працюють у Спільноті;
- 100 бездомним отримати гарячий обід;
- 20-40 особам щодня отримати санітарно-гігієнічні послуги;
- 400 бездомним отримати Різдвяну вечерю та Великодній сніданок.

У крамниці не лише продають речі, а проводяться різні заходи: перегляди фільмів, майстер-класи, концерти, літературні вечори.

- Майстерня добрих справ «Емаус Оселя»

Майстерня - це ще одне місце, де люди можуть долучитися до підтримки бездомних, поділитися речами та зробити добрі справи. Тут люди можуть працювати над новими ідеями та їх втіленням. Майстерня знаходиться при соціальному гуртожитку для безпритульних та сирот. Доходи, що отримуються від діяльності майстерні використовуються на потреби соціального гуртожитку.

- Майстерня ремонту меблів

Ще одним напрямком діяльності «Емаус Оселя» є оббивка та ремонт меблів. Тут відбувається працетерапії, навчання новим навичкам (обтягування меблів, шиття та ремонт), а також отримання доходу задля функціонування Спільноти. Це не лише хороший спосіб навчитися заробляти гроші, але й хороше психотерапевтичне заняття. Адже, відновлюючи старі речі, особа відбудовує пошкоджені психологічні конструкти.

Багато людей не можуть придбати нові меблі, тому чудовою альтернативою є майстерня, де допоможуть замінити оббивку та відремонтувати.

У 2020 році було відремонтовано 268 одиниць меблів.

Функціонує організація не лише за заробітки Спільноти, а також за кошти держави, фондів та приватних пожертв. Всього у 2020 році організація отримала надходжень на суму 5 725 601,68 грн. (див. рис. 3.4.)

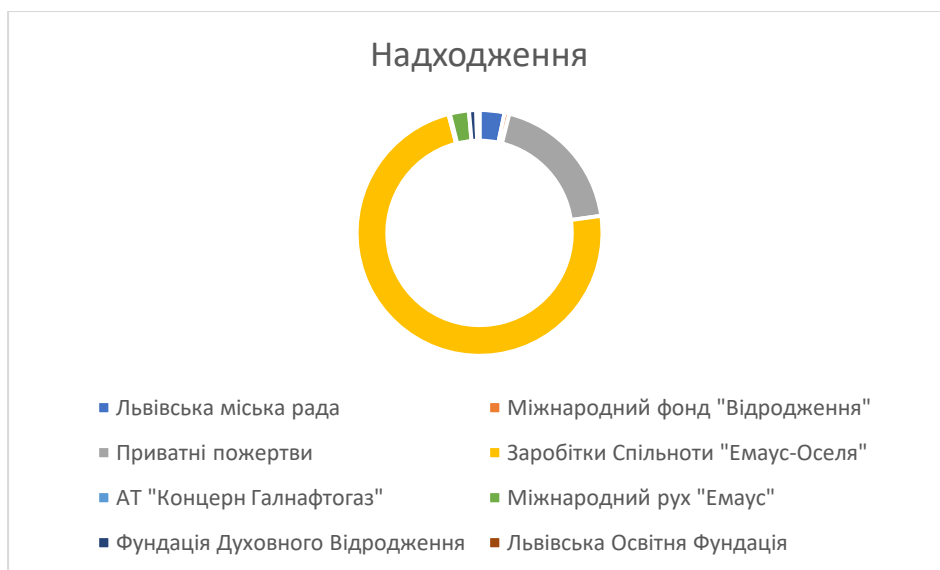


Рисунок 3.4. Операційні надходження у 2020 році

Джерело – складено автором на основі [30]

А ось витрачено у 2020 році було 5 410 797, 66 грн. (див. рис. 3.5.)



Рисунок 3.5. Операційні витрати у 2020 році

Джерело – складено автором на основі [30]

Висновок до Розділу 3

Розглянувши два соціальних підприємства Urbane Space 100 та «Емаус Оселя», бачимо, що нині в Україні є успішні приклади розвитку СП.

Обидва проекти відповідають одному з критеріїв соціального підприємництва в Україні, так як фіксований відсоток прибутку компанії спрямовується на соціальну мету, тобто на діяльність громадської організації, благодійного фонду, соціального проекту тощо.

«Urbane Space 100» - це громадський ресторан, що генерує прибуток та передає 80% його на підтримку громадських ініціатив Івано-Франківську, а також місце, що використовується як вільний простір для міських заходів.

«Емаус-Оселя» - це організація, яка займається допомогою безпритульним особам віднайти себе у суспільстві. Організація існує та допомагає безпритульним, виконуючи функції соціального підприємства.

Ці два приклади показують, що соціальне підприємництво може стати трендом та креативним підприємництвом в Україні.

ВИСНОВОК

Усі країни мають проблеми з дискримінацією, поганою екологією, умовами праці, економічною нерівністю, бідністю тощо. А також рівень цих проблем суттєво коливається та потребує індивідуального підходу до їх вирішення задля блага усієї планети та усього суспільства. Тому соціальне підприємство може бути одним з способів комплексного рішення проблем людства.

Основною метою усіх країн є зменшення негативного впливу та покращення життя своїх громадян. Найкращим інструментом для реалізації цієї мети є розвиток соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво - це будь-яка діяльність (не)державних, (не)прибуткових організацій, які мають у своїй стратегії соціальну складову або націлені на вирішення проблем суспільства та планети.

Базис, якому має відповідати соціальне підприємство:

- Рівний розподіл акцій між усіма членами (працівниками, місцевими жителями, клієнтами тощо) та спільна власність;
- Демократія у прийнятті рішень;
- Доходи є інвестиціями в розвиток підприємства або вирішення соціальних та екологічних питань;
- Можливість отримання грантів;
- Поєднання комерційної та соціальної діяльності;
- Спрямування на створення суспільного багатства;

Критерії успіху: фінансова незалежність, суспільне багатство, відповідальність за екологію та соціальні проблеми.

У процесі проведення дослідження було визначено, що у всіх країн є свої національні особливості СП, а саме:

- Канада: стимулювання соціальних інновацій з боку держави, створення сприятливих умов для підтримки розвитку цієї галузі, поширення інформаційних даних про життєздатні рішення у сфері соціального підприємництва.
- Бельгія: переважаюча організаційна форма – асоціація, державна підтримка, важлива роль фондів у фінансуванні.
- Франція: закон про соціальну та солідарну економіку, мінімум 25% бюджету виділяється на соціальні цілі,
- Німеччина: субсидіарність (постачальники соціальної економіки мають пріоритети над державним втручанням), самоуправління (тарифні переговори між організаціями, двосторонній діалог в трудових відносинах), суспільна користь: основна частина соціальної економіки.

Аналіз світового досвіду розвитку та регулювання соціального підприємництва в інших країнах вказує на те, що його адаптація в Україні можлива і корисна. Першочергові проблеми, які потрібно вирішити для пришвидшення розвитку соціального підприємництва в Україні:

- Забезпечити підтримкою соціальні підприємства, які тільки починають свою діяльність;
- Розробити нормативно-правову базу для регулювання соціального підприємництва;
- Підвищення рівня доступності до фінансових ресурсів для соціальних підприємств

Уряд має забезпечити рамкові умови та інституційне підґрунтя для забезпечення прозорості, оцінювання та регулювання соціальних підприємств.

В Україні є приклади успішних соціальних підприємств. Розглянуті два підприємства «Urban Space 100» та «Емаус Оселя» роблять великий вклад у вирішення соціальних проблем українців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.
2. Кожемяченко О.О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти становлення в Україні / О.О. Кожемяченко, О.С. Солосіч, М.О. Голуб // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2018. – Вип. 21. – С.140-149.
3. Maretich M. Social enterprise: from definitions to developments in practice/ M. Maretich, M. Bolton — London: Alliance Publishing Trust, 2010. — 42 p.
4. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін / А.А. Свинчук та ін. Київ : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с
5. Закон України «Про соціальне підприємство» // Голос України. — 2015.
6. Флюнт С. Соціальне підприємництво – для громад, а не заради гешефту. Український інтерес. 2019. 09 лютого. URL: <https://uain.press/economics/sotsialne-pidpryyemnytstvo-dlya-gromad-a-ne-zarady-gesheftu-995319> (дата звернення: 02.07.2019)
7. Посібник з планування соціального підприємства. / Пер. з англ.: Британська Рада в Україні. – К. : Британська Рада в Україні, 2011. – 68 с.
8. Флюнт С. Аліна Бочарнікова: Соціальні підприємці працюють з цілим світом. Український інтерес. 2019. 11 лютого. URL: <https://uain.press/economics/alina-bocharnikova-sotsialni-pidpryyemtsi-pratsyuyut-z-usim-svitom-993962> (дата звернення: 24.06.2019).
9. Закон України «Про Інноваційну діяльність» // Голос України. — 2002. — 9 серп. — 10 с. Минів Р.М. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Львів: в-во «Сполом», 2011. – 132с.

10. Oslo Manual 2018. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition
11. Доброва Н.В. Соціальне підприємництво. 2015. Вип. 59. С. 112–117. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4298/1/.pdf> (дата звернення: 15.06.2019).
12. Кейт Т., Рідут Р. 7 кроків до ефективного вимірювання впливу: посібник з вимірювання соціального впливу. Видавництво: Ін-Фокус Ентерпрайзерс лтд. 2016. 16 с.
13. Thomson Reuters Foundation. The best countries to be a social entrepreneur 2019
URL: <https://poll2019.trust.org/>
14. MaRS Startup Toolkit (2009), “Legal structures for Social Ventures: Social Enterprise, Social Business and cooperatives in Canada”, available at: <http://www.marsdd.com/mars-library/legal-structures-for-social-ventures-social-enterprises-social-business-and-cooperatives-in-canada/> (Accessed 10 November 2020).
15. SOCIAL ENTERPRISES AND THEIR ECOSYSTEMS IN EUROPE Country report BELGIUM Marthe Nyssens Benjamin Huybrechts URL: <file:///Users/admin/Downloads/Social%20enterprises%20and%20their%20ecosystems%20in%20Europe.%20Updated%20country%20report%20Belgium.pdf>
16. SOCIAL ENTERPRISES AND THEIR ECOSYSTEMS IN EUROPE Country report FRANCE Francesca Petrella Nadine Richez-Battesti URL: [file:///Users/admin/Downloads/Social%20enterprises%20and%20their%20ecosystems%20in%20Europe.%20Updated%20country%20report%20France%20\(1\).pdf](file:///Users/admin/Downloads/Social%20enterprises%20and%20their%20ecosystems%20in%20Europe.%20Updated%20country%20report%20France%20(1).pdf)
17. SOCIAL ENTERPRISES AND THEIR ECOSYSTEMS IN EUROPE. Country report Germany URL:

- file:///Users/admin/Downloads/Social%20enterprises%20and%20their%20eco systems%20in%20Europe.%20Country%20report%20Germany%20(3).pdf
18. Impact of the European Commission's Social Business Initiative (SBI) and its Follow-up Actions URL: file:///Users/admin/Downloads/KE-01-20-767-EN-N.pdf
 19. Удодова В. І. Дослідження досвіду функціонування національних моделей соціального підприємництва / Удодова В.І.
 20. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ Економіко-правовий аналіз EU4YOUTH - РОЗКРИТТЯ ПОТЕНЦІАЛУ МОЛОДИХ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМЦІВ В МОЛДОВІ ТА УКРАЇНІ 2020
 21. Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 роки. Київ: Видавничий дім «КиєвоМогилянська академія», 2017. 300 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/15HNaCLownZVphlAgcZpk3Esp79sicw/view> (дата звернення: 16.01.2020).
 22. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнесмодель. Реєстрація. Оподаткування. Київ: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.
 23. Після війни: як побудувати соціальне підприємство для ветеранів АТО URL: <https://hromadske.ua/posts/pislia-viiny-iak-pobuduvaty-sotsialne-pidpriemstvo-dlia-veteraniv-ato-biznes-plan>
 24. Зелена коробка (офіційна сторінка) URL: <https://greenbox.net.ua/>
 25. Горіховий дім (офіційна сторінка) URL: <https://walnut.house/>
 26. Давидовська, Г. І. Проблеми соціального підприємництва в Україні. Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. № 7. С. 106-109
 27. Смаглій К. Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. — Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2014. — 207 с.

28. The Social Entrepreneurship Ecosystem in Ukraine: Challenges and Opportunities URL: https://pactukraine.org.ua/sites/default/files/2018-06/APEA_REPORT_eng.pdf
29. Urban Space 100 URL: <https://urbanspace.if.ua/uk#top>
30. Спільнота взаємодопомоги «Емаус-Оселя» URL: <http://emaus-oselya.org/ua/>
31. Сіренко Н.М. Соціальне підприємництво в Україні: основні аспекти / Н.М. Сіренко, Т.І. Лункіна // Сталий розвиток економіки. – 2016. – №1. – С. 5-10