

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

Кваліфікаційна робота
освітній ступінь – бакалавр

на тему: «СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА
БІЗНЕСУ»

Виконала: студентка 4-го року навчання,
Спеціальності
051 Економіка

Вотченікова Віра Максимівна

Наукова керівниця Супрун Н. А.,
докторка економічних наук, професорка

Рецензентка: Курбет О.П, к.е.н
(прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою _____

Секретар ЕК _____

«_____» _____ 20____ р.

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	6
1.1. Історія становлення та теоретичні засади визначення соціального підприємництва.....	6
1.2. Сутність концепції соціального підприємництва та його вплив на вирішення суспільних та економічних проблем	12
1.3. Інноваційність соціального підприємництва.....	20
Висновки до розділу 1	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	25
2.1. Аналіз розвитку соціального підприємництва в Німеччині.....	25
2.2. Аналіз розвитку соціального підприємництва у Великій Британії	32
2.3. Стан розвитку соціального підприємництва в Україні.....	40
Висновки до розділу 2	46
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	47
3.1. Обґрунтування важливості вдосконалення моделі соціального підприємництва в Україні	47
3.2. Перспективні напрямки розвитку соціального підприємництва	48
3.3. Розробка пропозиції щодо підвищення ефективності реалізації моделі соціального підприємництва в Україні на основі інновацій	51
Висновки до розділу 3	53
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

Наразі відбувається глобальна трансформація суспільства та економіки. Через виникнення великої кількості екологічних та соціальних проблем, які не вдається вирішити за допомогою інструментів державного управління та традиційного підприємництва, суспільство вимушено шукати нові шляхи. У зв'язку з цим дедалі більше значення починає надаватися такому поняттю, як соціальне підприємництво. Щоб побудувати ефективну економіку, бізнес не може постійно ставити лише одну мету – отримання прибутку, сьогодні необхідно, щоб підприємці активно брали участь та були зацікавлені у вирішенні соціальних, культурних та екологічних проблем.

Актуальність вивчення соціального підприємництва та його розвитку у суспільстві зумовлена тим, що соціальне підприємництво є відносно новим видом підприємницької діяльності, яка насамперед є спрямованою на вирішення чи пом'якшення соціальних проблем, що виникають у суспільстві. Багато проблем соціального підприємництва недостатньо вивчені, що впливає на якість аргументації під час обговорення даного явища. Також феномен соціального підприємництва ще не вкоренився у свідомості багатьох як важливий елемент розвитку суспільних відносин та інструмент мінімізації рівня соціальної нерівності. Вивчення соціального підприємництва дозволить виявити та ретельно проаналізувати позитивні та негативні сторони даної інноваційної моделі ведення бізнесу. Це, у свою чергу, дозволить ефективно впровадити соціальне підприємництво в економічне та соціокультурне життя як новий спосіб покращення соціально-економічного стану благополуччя суспільства.

Метою дипломної роботи є теоретико-методичне та практичне обґрунтування соціального підприємництва як інноваційної форми бізнесу.

Реалізація поставленої мети визначила необхідність вирішення системи логічно-взаємопов'язаних **завдань**:

- розглянути історію становлення та теоретичні засади визначення соціального підприємництва;
- розкрити сутність концепції соціального підприємництва;
- узагальнити соціально-економічний зміст соціального підприємництва та його вплив на вирішення суспільних проблем;
- висвітлити значення соціального підприємництва як інноваційної форми ведення бізнесу;
- проаналізувати розвиток соціального підприємництва в Німеччині;
- розглянути розвиток соціального підприємництва у Великій Британії;
- розглянути стан розвитку соціального підприємництва в Україні;
- обґрунтувати важливість та напрями вдосконалення моделі соціального підприємництва в Україні;
- визначити перспективні напрями розвитку соціального підприємництва;
- розробити пропозиції щодо підвищення ефективності реалізації моделі соціального підприємництва в Україні на основі інновацій.

Об'єктом дослідження виступає соціальне підприємництво.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів соціального підприємництва як інноваційної форми бізнесу в Україні та світі.

Методи дослідження. У проведеному дослідженні були використані загальнонаукові методи – аналіз та синтез, а також емпіричні методи – аналіз літератури та документів, мережевих джерел інформації, порівняльний аналіз, SWOT-аналіз.

Інформаційну базу дослідження склала нормативна, законодавча база; інформаційні збірники, а також фактичні матеріали, які зібрав автор в процесі практичної діяльності; матеріали соціально-економічних досліджень, науково-практичних конференцій, семінарів, публікацій у періодичній пресі, каталоги і збірники глобальної інформаційної мережі Інтернет, інші джерела інформації.

Структура та обсяг роботи. Структура дипломної роботи визначається поставленою метою та відповідає логічній послідовності вирішення поставлених автором завдань дослідження. Робота складається з вступу, трьох розділів, десяти підрозділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Історія становлення та теоретичні засади визначення соціального підприємництва

Концепція соціального підприємництва розвивалася протягом тривалого часу, та її історія була сформована цілою низкою теоретичних та практичних впливів.

Одна з перших концепцій, яка відіграла важливу роль у формуванні теоретичної основи соціального підприємництва, була розроблена австрійським економістом Йозефом Шумпетером в межах більш широкої теорії підприємництва. Не зважаючи на те, що роботи науковця мали на меті розглянути підприємництво загалом, його теорія мала важливе значення для розвитку сфери соціального підприємництва зокрема та продовжує використовуватися для вивчення цієї галузі і проведення нових досліджень у цій сфері.

У своїй роботі “Теорія економічного розвитку”, що була опублікована в 1911 році, Шумпетер стверджував, що підприємці керують економічним зростанням через процес, який автор назвав “творчим руйнуванням”. Вчений розглядав підприємців як осіб, які впроваджують нові продукти, процеси та технології, які “руйнують” існуючі ринки та галузі, що призводить до створення нових і саме таким чином зберігають капіталізм динамічним та інноваційним.

У контексті соціального підприємництва ідеї Шумпетера можуть бути використані в такому тлумаченні: соціальні підприємці можуть створювати позитивні соціальні та екологічні зміни шляхом впровадження нових рішень для існуючих соціальних проблем. Ці рішення можуть порушити існуючі

системи та структури, але зрештою призвести до створення нових і більш стійких механізмів.

Шумпетер також наголошував на ролі інновацій у підприємстві. Він стверджував, що підприємці повинні бути інноваційними, щоб бути успішними, і що інновації вимагають креативності, знань і готовності йти на ризик. Тобто, соціальні підприємці повинні бути креативними та інноваційними у своєму підході до вирішення соціальних проблем, а також мають бути готові ризикувати, щоб досягти суттєвих змін.

Пізніше, у 1983 році, Говард Стівенсон, професор Гарвардської школи бізнесу, у своїй статті “Погляд на підприємництво”, відштовхуючись від визначення Шумпетера, запропонував свою дефініцію “підприємництва”. За Стівенсоном, “підприємництво – це пошук можливостей поза межами контролю ресурсів”. Отже, американський економіст у своїй роботі наголосив на тому, що підприємець має бути не лише креативним, а й вміти використовувати свою креативність задля пошуку та мобілізації додаткових ресурсів [1].

Вже через два роки, у 1985, американський економіст австрійського походження Пітер Друкер, також основуючись на теорії Шумпетера дав власне визначення терміну “підприємець”. У своїй праці “Інновації та підприємництво: практика та принципи” Друкер зазначив, що “підприємець завжди шукає зміни, реагує на них і використовує їх як можливість”, тим самим додавши у визначення фокус на можливостях, які є основою створення додаткової цінності [2].

Усі визначення, що наведені вище, стали теоретичною базою для формулювання дефініції “соціального підприємця”. Так, американський економіст Грегорі Діз, якого часто називають основоположником концепції соціального підприємництва, у своїй праці “Значення поняття соціальне

підприємництво”, що вперше була опублікована в 1998 році, сформулював наступне визначення – “соціальний підприємець – це агент змін у соціальному секторі, який діє через прийняття місії створення та підтримки соціальної цінності, визначення та постійного пошуку нових можливостей для реалізації цієї місії, постійного процесу інновацій, сприйняття та навчання поза межами наявних ресурсів, відповідальність перед тими, з ким працює, і за наслідки своєї діяльності”. Наразі це визначення й досі вважається найточнішим та найповнішим, активно використовується та цитується науковцями [1].

Однак, варто зазначити, що прийти до єдиного наукового визначення соціального підприємництва досі не вдалося. Саме тому доцільним є розглянути дефініції цього поняття, що були наведені низькою спеціалістів. Результати системного аналізу та узагальнення підходів вітчизняних науковців до визначення поняття соціального підприємництва викладено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Поняття “соціальне підприємництво” в працях сучасних українських дослідників

Автор	Визначення	Автор, джерело
Н. В. Доброва	Це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем.	[1]
Н. А. Супрун	Інноваційна організаційна форма господарювання, основною метою якої є вирішення соціальних проблем бізнес-методами та забезпечення позитивних соціально-економічних змін у суспільстві.	[43]
Л. Долуда, В. Назарук, Ю. Кірсанова	Підприємницька діяльність, спрямована на позитивні інноваційні зміни у суспільстві: пом'якшення або вирішення соціальних проблем за рахунок доходів, отриманих від власної діяльності.	[2]
В. А. Никифорок	Економічна діяльність суб'єкта господарювання поза залежністю від організаційно-правової форми, що використовує підприємницький підхід, місія якого прив'язана до розв'язання конкретної соціальної проблеми, нерозв'язуваної внаслідок провалів ринку та держави.	[3]

Л. М. Черчик, Н. В. Коленда	Це багатоаспектне суспільне явище та вид діяльності, націлений на забезпечення позитивних соціальних перетворень на засадах самоокупності, реінвестування прибутку, інноваційності.	[4]
М. В. Школяр	Бізнес, що має переважно соціальні цілі та доходи якого головним чином реінвестують у розвиток підприємства та/або спрямовують на громадські справи чи вирішення гострих соціальних проблем.	[5]
І. Г. Химич, Н. С. Тимошик	Діяльність таких підприємств або організацій, головна мета функціонування яких полягає в отриманні прибутку та спрямуванні його на виконання соціально-орієнтованої місії в контексті вирішення наявних або виявлених суспільних проблем, або ж це такі підприємства та організації, які працюють у сферах неприбуткової діяльності, що спрямовані на досягнення певного соціально орієнтованого ефекту.	[6]

Джерело: складено автором.

Узагальнюючи наведені в табл. 1.1 визначення, можна стверджувати, що соціальне підприємництво – це новаторська діяльність, першочергово спрямована на вирішення або пом'якшення соціальних проблем суспільства на умовах принаймні часткової самоокупності та стійкості. Соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність, націлена на пом'якшення чи вирішення конкретних проблем життя і сприяюча стійким позитивним змінам у суспільстві. Соціально-орієнтовані суб'єкти підприємництва можуть працювати у різних сферах: охорона здоров'я, сільське господарство, обслуговування, освіта та ін. Об'єднує їх цілепокладання на вирішення соціальних проблем та/або одержання прибутку для підтримки певної соціальної мети чи вирішення наявної проблеми.

Паралельно з розвитком теоретичної бази соціального підприємництва відбувалося й становлення соціального підприємництва як галузі на практиці. Історію соціального підприємництва можна умовно поділити на чотири етапи: до середини XIX ст. існували історичні попередники соціального підприємництва; з середини XIX ст. до останньої чверті XX ст. відбувалося зародження власне самого соціального підприємництва; у кінці XX ст. ця

форма бізнесу почала своє міжнародне поширення; з початком ХХІ ст. почався етап інституціоналізації соціального підприємництва, який триває і зараз.

Варто детальніше пояснити, що відбувалося протягом кожного з наведених вище етапів. До середини ХІХ ст. соціальні потреби громад, у тому числі й вразливих верств населення, задовольняли такі установи як монастирі, церковно-приходські школи, лікарні, що були створені за кошти громад, навчальні заклади, будинки для престарілих. Ці організації разом з місіонерами, які допомагали населенню в ті часи, прийнято вважати попередниками соціального підприємництва, оскільки вони мали позитивний соціальний ефект на суспільство. Однак, необхідно зауважити, що їхня діяльність не тільки не мала підприємницького характеру, а й через свою не системність не могла повною мірою задовольнити потреби та відстояти інтереси населення.

На другому історичному етапі розвитку соціального підприємництва основну роль відігравали меценати та спонсори, які були власниками промислових та торговельних підприємств. Вони направляли частину прибутку від діяльності їхніх фірм на реалізацію проєктів, що були важливі для громади того часу. За їхні кошти будувалися школи, лікарні, музеї, бібліотеки тощо. Паралельно з цим, розвитку набували громадські, благодійні та волонтерські організації, які також прагнули вирішити соціально важливі питання за допомогою реалізації проєктів. Такі організації переважно фінансувалися за рахунок внесків членів громад, саме тому їхня діяльність наряду залежала від обсягу зовнішніх джерел фінансування.

На цьому етапі, а саме у 1844 році, у Великій Британії було засноване Rochdale Society of Equitable Pioneers. Організація, яку часто називають першим соціальним підприємством, оскільки його діяльність і структура

нагадують структуру та діяльність сучасних соціальних підприємств. RSEP був одним із перших споживчих кооперативів у Великій Британії, сформованим у відповідь на масове жорстоке поводження з робітниками того часу. RSEP встановив Принципи Рочдейла (набір цілей та ідеалів для кооперативів) і досі використовуються як керівництво для сучасних кооперативів. Варто відзначити, що це підприємство мало значний вплив на розвиток соціальних інновацій та засад сучасного соціального підприємництва [12].

Однак, загалом, проблемою цього етапу розвитку соціального підприємництва залишалася відсутність системності, а також переважна орієнтація на короткострокові проєкти.

Сучасна стадія розвитку характеризується активним поширенням соціальних підприємств у різних країнах. Саме тоді, у 1980 році, Білл Дрейтон, якого часто називають батьком соціального підприємництва, заснував некомерційну організацію “Ashoka”. Ця глобальна організація працює й досі, її діяльність полягає в підтримці соціальних підприємців, які вирішують нагальні соціальні проблеми за допомогою інноваційних та стійких рішень, по всьому світу. “Ashoka” надає необхідні ресурси, фінансування та зв’язки, щоб допомогти цим соціальним підприємцям масштабувати свій вплив та створити системні зміни. У цей же час, як вже було зазначено, активно розвивається й наукова база соціального підприємництва.

На теперішньому етапі розвитку соціального підприємництва воно стало більш визнаним і популярним у міжнародній практиці бізнесу. Отримавши підтримку від таких міжнародних організацій як ООН та Світовий банк, сфера соціального підприємництва почала розвиватися більш активно. Наразі в багатьох країнах існує специфічне законодавство для такого типу ведення

підприємницької діяльності, активно створюються не тільки волонтерські організації, а й спілки соціальних підприємців [4].

1.2. Сутність концепції соціального підприємництва та його вплив на вирішення суспільних та економічних проблем

Задля повного та глибокого розуміння концепції соціального підприємництва, а також для розмежування соціального підприємства та інших типів господарської діяльності або волонтерської організації, необхідно знати ключові складові цього поняття.

Основними елементами соціального підприємництва є: соціальна мета - скерованість на вирішення соціальної проблеми, цінності, самоокупність, інноваційність, залучення громади, підприємницький підхід та соціальний вплив. Розглянемо кожен з елементів концепції детальніше.

Соціальна мета. Для соціального підприємства важливо визначити соціальну проблему, на вирішення якої має бути скерована діяльність соціального підприємства передбачає наявність фактичної ситуації або умови, за яких вона виникає, які сприймаються окремими особами або значними сегментами суспільства як загроза певним цінностям, які важливі для них і потребують негайної зміни. До соціальних проблем належать соціально-економічні, екологічні тощо. Соціальні підприємці одні з перших помічають такі проблеми та пропонують рішення.

Цінності. Норми, моральні поняття, моделі поведінки та загальноприйняті вимоги, підтримувані громадською думкою, — це те, що спонукає до дій, об'єднує спільноти та має значення для людей. Соціальні підприємства змінюють ставлення та поведінку людей, створюючи нові цінності та значення. Соціальне підприємство зазвичай має чітко та зрозуміло

доносити до суспільства повідомлення про свої цінності. Це допомагає не тільки чітко окреслити свою діяльність, а й отримати підтримку від громади.

Самоокупність. Важливим елементом концепції соціального підприємництва є наявність бізнес-моделей виробництва та реалізації товарів або послуг, які генерують прибуток та забезпечують фінансову стійкість підприємства. Саме це суттєво відрізняє діяльність соціальних підприємств від волонтерських організацій та благодійних фондів.

Інноваційність. Новий підхід до вирішення соціальних проблем, який є більш ефективним, впливовим, стійким і справедливим, ніж уже існуючі також є невід'ємною частиною соціального підприємства. Новизна рішення або методу роботи в соціальному підприємстві розглядається в контексті сфери застосування рішення та загальної міжнародної практики.

Залучення громади. Цей елемент передбачає спілкування з місцевими жителями та об'єднання спільноти навколо важливих цінностей для вирішення соціальних проблем. Вирішувати проблеми громади неможливо без залучення них до цього та ведення діалогу. Соціальні підприємства зміцнюють довіру між громадами та залучають їх до обговорення проблем і можливих рішень.

Підприємницький підхід. Соціальному підприємцю необхідно вміти не лише ідентифікувати проблему, а й трансформувати її у завдання та пошук найбільш доцільного комерційного рішення.

Соціальний вплив. Під цим елементом прийнято розуміти позитивні зміни в суспільстві, які соціальні підприємства створюють відповідно до сформульованих цілей та визначеної мети своєї діяльності. Такий вплив зазвичай вимірюється за допомогою попередньо визначених показників протягом певного періоду часу [5].

Кожен з наведених вище елементів є необхідним для повноцінної та успішної діяльності соціального підприємства. Варто зазначити, що перед відкриттям власного соціального бізнесу підприємець має орієнтуватися саме на ці елементи концепції та заздалегідь продумувати їх.

Соціальне підприємництво – це принципово новий вид господарської діяльності, який ставить собі за мету вирішити соціальні проблеми та покращити благополуччя громади, поєднуючи в собі підприємницьку інноваційність та соціальну спрямованість. Діяльність такого підприємства часто пов'язана з виробництвом суспільно значущого продукту або послуги.

СП можуть вирішувати великий спектр соціальних та екологічних проблем наявних у суспільстві. Відповідно до сфери, на якій концентрується діяльність підприємства та його місії, СП можна поділити на наступні типи:

1. Інклюзивні. Цей тип СП фокусується на наданні робочих місць незахищеним верствам населення, а також проведенні програм навчання задля збільшення людського капіталу учасників та вірогідності їхнього працевлаштування в майбутньому.
2. Екологічні. Такі підприємства орієнтуються на екологічній стійкості та захисті довкілля. Їхня діяльність пов'язана з вирішенням екологічних проблем шляхом виробництва відновлюваної енергії, переробці відходів, створення принципово нових видів екологічно чистих продуктів. тощо.
3. Освітні. Соціальні підприємство, що вбачають своєї місією надання доступу до якісної освіти, можна віднести до цієї категорії. Вони створюють освітні центри та онлайн-платформи, щоб забезпечити доступну та якісну освіту для всіх верств населення.
4. Соціально-медичні. Підприємства цього типу ставлять за мету покращення здоров'я та благополуччя громад. Їхня діяльність

передбачає розвиток інноваційних медичних технологій, які будуть більш доступними для всієї громади, поширення інформації щодо здорового способу життя та профілактики захворювань та підтримці ментального здоров'я.

5. Культурні. СП цього типу зосереджені на збереженні культурної спадщини та розвитку мистецтва. До їхньої діяльності можна віднести підтримку місцевих ремісників, організацію культурних заходів та розробку туристичних проєктів, які приносять користь громаді.
6. Креативні. Такі підприємства використовують творчість для креативності задля пришвидшення досягнення цілей сталого розвитку. Вони застосовують мистецькі форми, стійку моду, апсайклінг тощо, щоб сприяти соціальним змінам, розширенню можливостей громад та просуванню сталих практик.

Важливо зауважити, що соціальні підприємства можуть змінювати фокус своєї діяльності з часом, а також концентруватися на декількох напрямках одночасно, тобто відноситися до двох чи більше типів СП протягом свого існування.

Соціально-економічний зміст соціального підприємництва полягає в тому, що воно створює рішення для проблем, які державний чи приватний сектори можуть бути не в змозі ефективно вирішити або такі, якими ці сектори нехтують через низку причин. Наприклад, соціальні підприємства часто обирають для своєї діяльності сфери, які традиційний бізнес вважає не вигідним економічно, оскільки вони не мають, на їхню думку, потенціалу для отримання значних прибутків. Таким чином, соціальне підприємництво може доповнювати дії державних органів і приватних підприємств щодо вирішення складних соціальних проблем.

Як вже було зазначено, характеристика, що відрізняє соціальне підприємство від традиційного – його ціль. У той час як звичайні підприємства переважно орієнтуються на отримання якомога більшої кількості прибутку, для соціального підприємства прибуток часто відходить на другий план. Його основна мета полягає в забезпеченні соціальної користі, а отриманий прибуток соціальні підприємства переважно використовують для їхнього розвитку та розширення, а також для реалізації певних громадських проєктів або вирішення гострих соціальних, екологічних та культурних проблем.

Не зважаючи на те, що комерційна складова ведення підприємницької діяльності не є основною для соціального підприємництва, розвиток та діяльність таких підприємств має як соціальні так і економічні позитивні ефекти. Такими ефектами, наприклад, є:

- допомога у подоланні соціальної ізоляції за рахунок працевлаштування людей з інвалідністю та безробітних;
- забезпечення розвитку нових напрямків реформування національної соціальної служби;
- надання цільовим групам можливість брати участь у виробництві товарів чи наданні послуг, це в свою чергу вирішує питання ресоціалізації, адаптації, працевлаштування тощо;
- залучення спільноти до волонтерської діяльності на користь соціальних ініціатив та об'єднання громад навколо соціальних проблем;
- формування та розвиток нових видів соціальних послуг, які залишаються непоміченими представниками традиційних підприємств через низьку прибутковість, непопулярність та відсутність належної професійної підготовки [6].

Для того, щоб краще зрозуміти, який вплив соціальне підприємство може мати на вирішення суспільних проблем, а також, яким чином такий тип

господарської діяльності може мати позитивний соціальний та економічний вплив на громаду, доцільно навести приклад.

Соціальне підприємство “The Women's Bean Project” було засноване в 1989 році в США, щоб допомогти жінкам знайти роботу та отримати навички, необхідні для досягнення успіху в кар’єрі. Програма надає роботу та професійну підтримку жінкам, які пережили безробіття, наркозалежність, домашнє насильство, ув’язнення та інші складні обставини.

Жінки влаштовувалися на соціальне підприємство на 7 місяців, протягом яких вони не тільки виробляли гарніри та квасолевий суп, які потім реалізуються, а й проходять курси. Курси допомагали працівницям розвинути навички та впевненість у собі, необхідні для того, щоб допомогти їм відкрити свої здібності, таланти та інтереси та перейти до основної роботи після закінчення програми. Компанія також забезпечувала своїх співробітників заробітною платою, медичним страхуванням і можливістю фінансової допомоги для продовження освіти та професійного розвитку.

Діяльність “The Women's Bean Project” має позитивний вплив не лише на учасниць програми (більше 800 жінок отримали важливі для майбутнього працевлаштування навички, усі працівниці отримували заробітну плату протягом програми, 92% випускниць знайшли постійне місце роботи по закінченню програми та всі вони продовжили працювати через рік після “випуску” з “The Women's Bean Project”), а й на громаду в цілому. Компанія створила робочі місця та підтримує місцеву економіку за рахунок своєї діяльності. Окрім цього, підприємство зазначає, що, надаючи жінкам, що мали досвід позбавлення волі, можливість знайти роботу, вони не тільки допомагають їм вирватися з бідності, а й уникнути повторення кримінальних злочинів. У своєму звіті за 2019-2020 роки компанія підкреслює, що індикатором номер один щодо повторного арешту є саме безробіття [7].

Щодо економічних ефектів соціального підприємництва, то їх можна розділити на три категорії, за об'єктами впливу: громаду, державу та саме підприємство.

Економічний вплив СП на громаду. 1. Соціальні підприємства створюють додаткові робочі місця для представників громади, в якій воно функціонує, у тому числі й для соціально вразливих верств населення, які до того не мали можливості працевлаштуватись. Таким чином соціальні підприємства зменшують локальний рівень безробіття та збільшують дохід громади. 2. Локальне економічне зростання. Соціальні підприємства часто обирають місцевих постачальників для закупівлі необхідної сировини, що призводить до зростання економічної активності в громаді. 3. Збільшення людського капіталу. Велика кількість СП надає можливість членам громади пройти програми навчання та розвинути навички, особливо людям, що стикаються з перешкодами в працевлаштуванні. Така діяльність покращує навички місцевої робочої сили та підвищує загальний людський капітал громади.

Розглянемо економічний вплив СП на макроекономіку країни.

1. Економічне зростання. Соціальні підприємства сприяють загальному економічному зростанню країни за рахунок створення нових робочих місць, стимулювання локальної економіки, а також диверсифікації секторів, у яких ведеться підприємницька діяльність. Останнє відбувається через специфіку цілей СП та їхній концентрації на секторах, що часто ігноруються традиційними підприємствами.

2. Зменшення рівню бідності та безробіття. Як вже зазначалося, соціальні підприємства часто фокусуються на працевлаштуванні груп населення, які не мали змогу отримати роботу до цього. Цей фокус надає

можливість незахищеним групам не лише отримати доступ до праці, а й отримати дохід, який дозволяє їм вийти з межі бідності.

3. Зменшення тиску на соціальні трансфери бюджету держави. Надаючи можливість працевлаштування та отримання навичок для виходу на ринок праці, а також за рахунок фокусування на вирішенні екологічних та соціальних проблем, СП зменшують кількість людей, що потребують матеріальну та нематеріальну підтримку від держави. Таким чином зменшується тягар щодо соціальних програм та держава економить ресурси, які можна перерозподілити на розвиток інших сфер.

Економічний вплив СП на самі підприємства.

1. Конкурентні переваги. Соціальні підприємства часто виробляють унікальний продукт, а також мають власну соціальну місію. Це не тільки дає можливість для диференціації від інших гравців на ринку, а й може стати основною частиною маркетингової компанії підприємства. Унікальна ціль СП дає змогу привернути певну категорію споживачів.

2. Доступ до фінансування. У більшості країн Європи та північної Америки соціальні підприємства мають доступ до вигідних кредитів та грантів, які допомагають підприємствам ефективно вести свою діяльність.

3. Залучення працівників. Опитування працівників показують, що покоління міленіалів, яке наразі стає основою робочої сили звертає увагу на сталість компаній. 40% опитуваних стверджують, що соціальні та екологічні цінності компанії стають вирішальними при виборі місця роботи. [45] Це, а також той факт, що СП беруть на роботу працівників, які зазвичай не мають можливість для працевлаштування, дає підприємствам змогу отримати талановитих працівників.

1.3. Інноваційність соціального підприємництва

У статті “Типологія соціальних підприємців: мотиви, процеси пошуку та етичні виклики”, що була випущена Journal of Business Venturing у 2009 році автори характеризують діяльність соціальних підприємств наступним чином: “соціальне підприємництво охоплює діяльність і процеси, спрямовані на виявлення, визначення та використання можливостей для збільшення суспільного багатства шляхом створення нових підприємств або інноваційного управління існуючими організаціями.” [8]

Це визначення повною мірою описує діяльність соціальних підприємств. Як зазначають автори, соціальні підприємці намагаються визначати проблеми, наявні в суспільстві, що не були ефективно вирішені до цього. Я вважаю, що саме ця специфіка діяльності соціальних підприємців і спонукає їх створювати інноваційні форми та шукати креативні шляхи вирішення проблем, що залишилися без уваги держави та традиційних підприємств.

Такий підхід до ведення бізнесу відкриває для нас ще одну важливу сторону соціального підприємництва. Соціальні підприємці не лише розв’язують соціальні та екологічні проблеми, утворюючи при цьому корисність для конкретних громад та суспільства в цілому, а й розробляють інновації, які можуть в подальшому використовуватися за рамками діяльності конкретного соціального підприємства.

Те, які саме інновації створюються завдяки діяльності соціальних підприємців у книзі “Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія” сформулювала Катерина Смаглій, об’єднавши при цьому підхід до інновацій науковців Шумпетера та Діза, що вже згадувалися у роботі.

К. Смаглій наводить наступні типи інновацій, притаманних соціальним підприємствам:

- 1) Створення нових продуктів чи послуг, які до цього не існували на ринку.
- 2) Доставка вже відомих продуктів і послуг на нові ринки, представлені малозабезпеченими споживачами.
- 3) Використання праці вразливих груп населення для виготовлення вже відомих товарів чи послуг.
- 4) Створення дочірніх підприємств бізнес-компаніями для реінвестування їх надходжень у соціальні цілі.
- 5) Розробка і втілення нових шляхів залучення споживачів відомих товарів чи послуг до активної соціальної роботи.
- 6) Розробка нових моделей генерування прибутку від продажу давно відомих товарів чи послуг для забезпечення постійних фінансових надходжень та їх спрямування на реалізацію певних соціальних програм [9].

Окремо хочеться проаналізувати причини, що стоять за другим типом інновацій. Соціальні підприємства можуть надавати послуги або доставляти вже відомі товари на ринок за нижчою ціною, винаходячи та застосовуючи інноваційні підходи до процесів виробництва або ведення бізнесу, що в свою чергу може призвести до підвищення ефективності виробництва або зменшення витрат на нього.

Яскравим прикладом зменшення вартості продукту для споживачів є підприємство Free Water, що було засновано в Остіні, США, надає природну джерельну воду в алюмінієвих пляшках та паперовому пакуванні абсолютно безкоштовно. Усі витрати на виробництво компанія покриває за рахунок реклами, яка розміщена на пакуванні води. Більше того, FreeWater не лише покриває всі необхідні витрати завдяки розміщенню реклами, а й

перераховують десять центів з кожного виготовленого напою на благодійність для будівництва колодязів з чистою водою у місцях, де люди не мають до неї доступу [10].

Окрім цього, на мою думку, сім типів інновацій, які в своїй роботі наводить Катерина Смаглій варто розширити, додавши до нього наступний тип інновацій – “Створення сталих технологій, що мають вплив на розвиток індустрії”. Соціальні підприємства наразі активно використовують нові технології в своїй діяльності та через специфіку направленості на вирішення проблем, такі підприємства можуть створювати технології, які не тільки є більш сталими або економними в використанні, а й ті, що матимуть вплив на сталий розвиток в цілому, та використовуватимуться іншими гравцями в майбутньому.

Яскравим прикладом цього є соціальне підприємство Equalize Health, що було засноване в США у 2000-х під назвою D-Rev і наразі має офіси в Індії, Кенії та Сполучених Штатах. Компанія робить медицину більш доступною, розробляючи медичні прилади для малозабезпечених та незахищених громад. Їхнє приладдя використовує менше ресурсів та є набагато більш доступним ніж аналоги інших компаній. Так, пристрій Brilliance, що лікує неонатальну жовтяницю за допомогою фототерапії, споживає вдвічі менше електроенергії ніж аналогічні пристрої інших виробників і може слугувати більше 20 років. Саме це й стало причиною того, що наразі прилад використовуються у лікарнях та клінічних центрах у 79 країнах світу, а також змусило інших гравців на ринку шукати більш сталі та економні рішення для продукції, яку вони виробляють [11].

Інноваційність соціального підприємства також можна проілюструвати за допомогою теорії інновацій Йозефа Шумпетера. У своїй роботі “Теорія економічного розвитку” вчений наводить п’ять основних типів інновацій:

"новий товар", "новий спосіб виробництва", "новий ринок", "нове джерело постачання сировини", "впровадження нової організаційної структури" [46]. У таблиці нижче роз'яснено те, яким чином соціальне підприємництво є дотичним до кожного з типів інновацій, запропонованих Шумпетером.

Таблиця 1.2 – Внесок соціальних підприємств у розвиток інновацій.

Тип інновації	Опис	Внесок соціальних підприємств
Новий товар	Створення принципово нового товару або послуги та виведення його на ринок	Через специфічну орієнтацію на вирішення соціальних та екологічних проблем, СП часто розробляють інноваційні рішення шляхом створення принципово нових товарів або послуг
Новий метод виробництва	Впровадження нового підходу або методу виробництва	Орієнтуючись на сталість, СП впроваджують соціально та екологічно відповідальні методи виробництва, що не використовувались іншими гравцями на ринку
Новий ринок	Виявлення раніше невідомих ринків та ведення діяльності на них	СП привертають увагу ринків, що до цього ігнорувалися традиційними підприємствами, надаючи споживачам можливість обрати товари та послуги, вироблені сталим підприємством
Нове джерело постачання сировини	Отримання матеріалів з джерел, що не були раніше задіяні в процесі виробництва	Соціальні підприємства надають пріоритет етичному та сталому постачанню, просуваючи використання екологічно чистих матеріалів
Впровадження нової організаційної структури	Впровадження принципово нової організаційної структури	Організаційна структура соціального підприємництва сама по собі є інноваційною за рахунок поєднання бізнесової та соціальної складової. СП також часто запроваджують в свою діяльність інноваційні організаційні моделі, які фокусуються не лише на отриманні прибутку, а й на виконання місії підприємства

Джерело: складено автором.

Отже, очевидним є те, що за рахунок специфічної орієнтації на досягнення соціальної та/або екологічної цілі, СП впроваджують інновації в різних напрямках.

Висновки до розділу 1

Проаналізувавши розвиток соціального підприємництва як у науковій сфері так і в практичній площині, стає зрозуміло, що діяльність характерна для соціального підприємництва існувала давно, однак становлення цього типу підприємницької діяльності відбулося лише в другій половині XX ст., а наразі триває стадія її розвитку.

У розділі також були виділені елементи, що є ключовими для концепції соціального підприємництва, а саме: соціальна проблема, цінності, самоокупність, соціальна мета, інноваційність, залучення громади, підприємницький підхід та соціальний вплив.

Також у ході аналізу було виявлено, що основна роль соціального підприємництва полягає в тому, що воно спрямоване на вирішення соціальних та екологічних проблем, на які не звертає увагу ні традиційний бізнес, ні державний сектор. Соціальні підприємці вирішують ці проблеми одночасно з тим, заробляючи прибуток, тобто цей тип діяльності приносить не лише соціальну вигоду суспільству, а й економічну за рахунок самозабезпечення та створення нових робочих місць.

Специфіка орієнтації соціальних підприємств на вирішення проблем також підштовхує їх до створення та запровадження в свою діяльність інновацій, які можуть мати сильний вплив на розвиток економіки та галузі, у якій працює підприємство.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1. Аналіз розвитку соціального підприємництва в Німеччині

У даний час підприємництво, без сумніву, є основою створення багатства в суспільстві, проте воно не може розвиватися, якщо не існує високоякісної національної моделі, здатної не тільки виробляти і продуктивно керувати підприємцями, але і забезпечувати їх стійкість і зростання через створення стимулюючого, мотивуючого та підтримуючого середовища із середнім рівнем ризику.

Під національною моделлю підприємництва необхідно розуміти відображення організаційної господарської діяльності певної нації, яка являє собою сукупність матеріальних та нематеріальних ресурсів, що використовуються для виробництва, обміну та розподілу всіх видів товарів, робіт та послуг з метою створення національного багатства.

Існуючі національні моделі підприємництва залежать від видів економічної системи, яка може поділятися на ринкову (ринкова система вільної конкуренції та сучасна ринкова система) та неринкову (традиційна та адміністративно-командна системи) [7, 8]. У рамках тієї чи іншої економічної системи існують багатообразні національні моделі підприємництва та їх характерні риси відрізняються одна від одної, оскільки у кожного суспільства своя історія, свій рівень економічного розвитку та свої соціальні умови розвитку.

Найбільш відомими з них, що дозволили досягти благополуччя людських ресурсів дотепер, є ліберальна, соціальна та азійська моделі. Важливо підкреслити, що найбільш значущою складовою будь-якої

підприємницької моделі є наявність підприємницького духу у суспільстві, а також його поширення та підтримка держави.

Підприємницькі моделі європейських країн засновані на високій свободі ініціативної діяльності та прагненні до досконалості, які виявляються індивідуальним чи колективним способами, що гарантують високу продуктивність та максимізацію прибутку підприємств. Виробничі фактори є приватною (Великобританія) або державною власністю (Німеччина, Франція). Потужні та високорозвинені фінансові, банківські та страхові мережі гарантують підприємцям допомогу у знаходженні необхідних коштів та підтримки у прийнятті рішень, пов'язаних із їх використанням. У даних моделях роль держави полягає в управлінні та гарантії ефективного функціонування ринкових механізмів за допомогою потужної правової системи та системи безпеки, захищаючи права власності, забезпечуючи вільну конкуренцію та саме регулювання ринку. Бюрократія присутня в моделях цих країн і чинить значний тиск на власну ініціативу. Гнучкість оподаткування та відсутність подвійний сплати є основою потужності податкової системи. Соціальні системи орієнтовані на прагнення до раціонального розподілу доходів та забезпечують високий споживчий потенціал суспільства, що гарантує розвиток виробничої та фінансової галузей економік. Сьогодні інтерес до соціального підприємництва в Європі вкрай високий. Це пов'язано з тим, що даний вид діяльності довів свою ефективність як інструмент підвищення стійкості економіки, а також вирішення соціальних та екологічних проблем.

Соціальне підприємництво перебуває на перетині державного сектору та бізнесу. На сьогоднішній день у країнах ЄС немає єдиної системи регулювання та підтримки соціального підприємництва. Залежно від країни вживаються різні заходи на різних рівнях.

Соціальне підприємництво у Німеччині у очах громадськості виступає інструментом вирішення найактуальніших проблем. Довіра суспільства до цього виду діяльності пояснюється здатністю вирішувати виниклі труднощі там, де бізнес, уряд і громадянське суспільство не спроможні надати ефективну допомогу. Соціальні підприємці навчилися раціонально та ефективно використовувати фінансові ресурси, волонтерство та політичну підтримку.

При розгляді правових умов, які можуть сприяти розвитку соціального підприємництва в Німеччині, варто висвітлити три основні розділи правової системи.

1) Цивільний кодекс Німеччини. Найбільш важливий документ (Bürgerliches Gesetzbuch [9]), який визначає взаємовідносини між приватними особами та/або юридичними особами. Крім цього, Цивільний кодекс визначає легальні форми організацій (асоціація, фонд, товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство, особа-підприємець), які, тією чи іншою мірою, можуть бути значущими в галузі соціального підприємництва.

2) Податкове законодавство Німеччини [10]. Відповідно до німецького законодавства, статус “суспільно-корисної” організації призначається органами податкового, а не цивільного права. Отже, податкове право визначає те, які організації де-юре є соціально-орієнтованими. Тільки організації з таким статусом можуть мати податкові привілеї у вигляді звільнення від сплати податків. Як наслідок, всі типи юридичних осіб, такі як асоціації, фонди, товариства з обмеженою відповідальністю та акціонерні товариства можуть бути використані для створення організації, яка представлятиме соціальне підприємництво.

Важливо уточнити, що у випадку з товариством з обмеженою відповідальністю та акціонерним товариством (типовими комерційними

формами), при набутті ними статусу суспільно-корисної організації, до назви додається слово “благодійний” (gemeinnützig) та офіційна назва виглядає так – gGmbH або gAG.

Організація розглядається як суспільно-корисна, якщо має мету діяльності, яка повинна принести користь суспільству. Організація повинна діяти безкорисливо і на благо громадськості.

Подробиці про те, як здійснюється процес регулювання статусу суспільно-корисної організації, зафіксовано в окремому розділі Податкового кодексу, присвяченого “завданням, які отримують податкові привілеї”. Цей розділ містить 19 пунктів (від 51 до 68) і описує основні правила, що регулюють податкові привілеї.

Мати спеціальну правову форму соціального підприємства у Німеччині згідно із законом не обов'язково, соціальні підприємці можуть обирати різні правові форми: асоціація (Verein) чи компанія (Unternehmen). Організація, що займається соціальним підприємництвом, може мати одну з правових форм, перелічених у розділі Цивільного кодексу Німеччини. У багатьох випадках соціальне підприємство набуває форм “ТОВ” або благодійного “ТОВ”, “міні-ТОВ” (UG) або благодійного “міні-ТОВ” (gUG), акціонерного товариства (рідко) або благодійного акціонерного товариства (частіше), а також зареєстрованого кооперативу. Нерідко зустрічається і форма організацій, створених для загального блага (e.V. або фонд), а також такі, що поєднують дві організаційно-правові форми (гібридні правові конструкції).

У Німеччині будь-яка організація, яка набула статусу суспільно-корисної, звільняється від сплати податків. Також пожертвування приватної особи громадсько-корисній організації при сплаті прибуткового податку дозволяє знизити цифру його доходу до 20 % (максимум, залежно від суми пожертв за рік) і сплачувати податок вже від цифри, що буде отримана.

Комфортні умови, які створює податкове законодавство в Німеччині, суттєво впливають на успішний розвиток соціальних підприємств, який може оцінюватись тим, наскільки економічно та соціально стійкими стають дані організації.

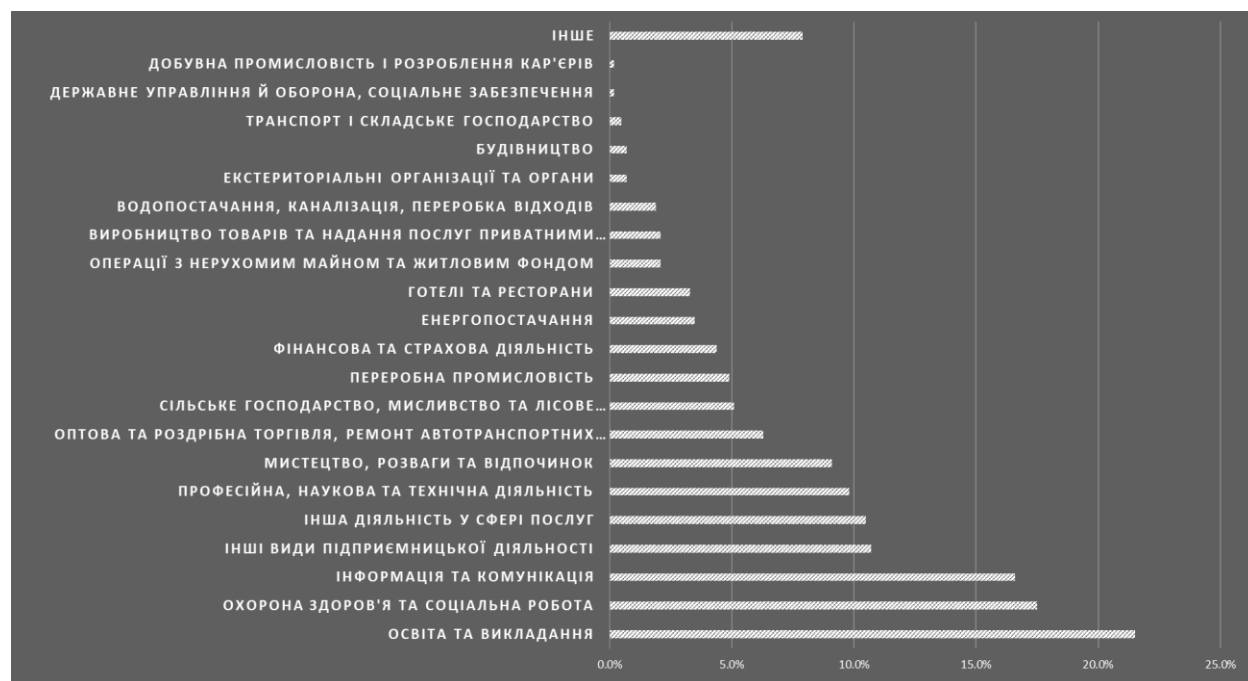
3) Соціальний кодекс Німеччини. Область соціального права, яка зобов'язує владу надавати підтримку та користь суспільству, сприяючи тим самим покращенню соціального добробуту на засадах справедливості та рівності. Основні характеристики цього закону визначаються в Соціальному кодексі (Sozialgesetzbuch, SGB) [11].

Підтримка з боку держави є рушійною силою для розвитку соціальних підприємств, а також однією з причин диверсифікованості сфер, у яких вони ведуть діяльність. Моніторинг діяльності соціальних підприємств у 2020-2021 роках наводить щонайменше 21 сферу, у яких задіяні підприємства. [44]

Німецькі соціальні підприємства в цей період були найбільше задіяні в сферах освіти та охорони здоров'я й соціальній роботі. Сфера охорони здоров'я набула популярності в 2020-2021 через пандемію коронавірусу, у той час як сфера освіти залишається найбільш популярною серед підприємців вже тривалий період часу. На мою думку, причиною цього є культура навчання протягом життя, яка присутня в Німецькому суспільстві.

Однак, головним трендом є збільшення кількості сфер, у яких функціонують підприємства завдяки активної підтримки з боку держави та інших інституцій.

Діаграма 2.2 – Соціальне підприємництво та його напрямки діяльності у Німеччині



Джерело: *Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2020/21*

Одним із найкращих каталізатором процесу інновацій в Німеччині є Фонд BMW [12]. У 2015 році у зв'язку з великим напливом біженців з'явилась велика кількість соціально-підприємницьких проєктів, які підтримав згаданий Фонд. А у 2017 році було створено мережу соціальних підприємців Німеччини (SEND [13]), яка займається ефективними комунікаціями та розвитком співробітництва, організує експертні тематичні та регіональні групи. У грудні 2018 року було опубліковано перший моніторинг соціального підприємництва у Німеччині, підготовлений SEND [14].

Практичним прикладом того, як працює система підтримки соціального підприємництва у Німеччині, є програма Інвестиційного банку з підтримки стартапів. Це перший державний банк, який відкрив програму підтримки соціального підприємництва. Його центральне відділення у Берліні підтримує соціальних підприємців із 2005 року у формі мікрокредитування. Банк

зацікавлений у розвитку міста та підтримці ініціатив громадян у сфері ІТ, розвитку охорони здоров'я, туризму, фізичної культури, послуг для сімей. Такі банки є у кожній із 16 земель Німеччини, і в рамках цієї програми вони тісно співпрацюють один з одним.

Інфраструктуру соціального підприємництва в Німеччині розвиває також Social Impact Lab Berlin – інкубатор для соціального підприємництва. За десять років свого існування він допоміг приблизно 500 стартапам, розвинувши їх від ідеї до бізнес-моделі та, у результаті, до виходу на ринок. Сьогодні це простір для коворкінгу, заходів, майстер-класів та семінарів із соціальних інновацій та підприємництва у шести містах Німеччини. Social Impact Lab Berlin – каталізатор інновацій, нових продуктів, послуг, проектів та ідей [15].

Платформа Startnext Crowdfunding [16] – лідер на німецькому ринку підтримки стартапів. За 8 років існування платформи майже 6700 краудфандингових та крауд інвестиційних проектів зібрали понад 60 млн євро. Команда – 10 співробітників у Берліні та 5 у Дрездені, віком від 25 до 35, працює за 4 напрямками – проектна підтримка, комунікації, кооперації та партнерство, та розвиток. Основний меседж організації – кожна людина заслуговує шанс на реалізацію власної ідеї. 55% проектів, що пройшли через платформу, є успішними та більшість з них існує та веде свою діяльність вже тривалий час.

У підсумку варто зазначити, що у Німеччині соціальне підприємництво розвивається активно та різноспрямовано завдяки підприємницьким прикладам, цінностям, культурі, економічній освіті, фінансовій інфраструктурі та консультативній допомозі фондів.

2.2. Аналіз розвитку соціального підприємництва у Великій Британії

У Великій Британії соціальне підприємництво визначається як бізнес, який переслідує соціальні цілі та розподіляє додатковий прибуток відповідно до них. Свого часу Міністерство торгівлі та промисловості Великобританії прийняло визначення соціального підприємництва як соціально-орієнтованого бізнесу, прибуток від діяльності якого принципово реінвестується у подальший розвиток цього бізнесу чи місцевого співтовариства, та не використовується для максимізації доходів співвласників чи власника підприємства. При цьому соціальне підприємство є такою моделлю приватного бізнесу, яка націлена на отримання практичного результату в економіці, у суспільному житті та у захисті навколишнього середовища, одночасно сприяючи оздоровленню та згуртуванню місцевих спільнот, перешкоджаючи їх маргіналізації та деградації.

Приклад Великобританії характеризується тим, що у цій країні зазвичай спостерігаються низькі витрати на соціальні потреби, які завжди переважно компенсувалися приватними пожертвуваннями, що здійснювалися добровільно. У 70-80-х роках ХХ століття уряд Великобританії продовжував фінансувати та регулювати надання соціальних послуг. Проте на цей час поступово дозволялося надання соціальних послуг комерційними організаціями, приватними особами. Це призвело до того, що значно збільшилася конкуренція на ринку соціальних послуг. У 1998 році у Великобританії утворюється перша організація, що підтримує соціальне підприємництво – Social Enterprise London [17]. Крім підтримки самих підприємців, до сфери діяльності цієї організації входила підготовка фахівців у сфері соціального підприємництва. У Великій Британії серйозно підійшли до

питання про соціальне підприємництво, тому уряд країни почав вживати інституційних заходів. Наприкінці XX століття у Міністерстві торгівлі та промисловості Великобританії було створено “об’єднання соціальних підприємців”. Більше того, у 2005 році було ухвалено рішення створити нову організаційну форму для соціального підприємництва – CIC (Community Interest Company). Термін був закріплений у Законі “Про компанії: аудит, дослідження та громадські підприємства 2004” (Companies (Audit, Investigations and Community Enterprise) Act 2004)) [18]. Юридично CIC має відповідати наступним критеріям: задоволення громадських інтересів, вплив на благо суспільства та відсутність при цьому статусу благодійної організації. Тим не менш, благодійна організація може зареєструвати CIC для отримання додаткового джерела доходу. Таким чином, у Великій Британії вдалося діяти того, що надання соціальних послуг набуло комерційного характеру.

На сьогодні компанії у Великій Британії діляться на “обмежені” (limited) і “необмежені” (unlimited), що закріплено Законом про компанії 2006 р. (Companies Act 2006). Критерієм щодо поділу є ступінь відповідальності. Обмежувачами відповідальності учасників компаній першого типу є акції та гарантії, відповідальність других немає обмежень. Існує два види підприємств, виділених англійським законодавством: громадські (public) і приватні (private). Перші – вкладення власних коштів громадськістю, другі – ведення бізнесу.

Вид компаній, що представляє для нас особливий інтерес, – “компанія громадських інтересів”, що в джерелах зазвичай згадується під аббревіатурою CIC, якими одночасно можуть стати і компанії, в яких відповідальність учасників обмежена акціями і ті, в яких відповідальність обмежується гарантією (Закон про компанії 2006 р.).

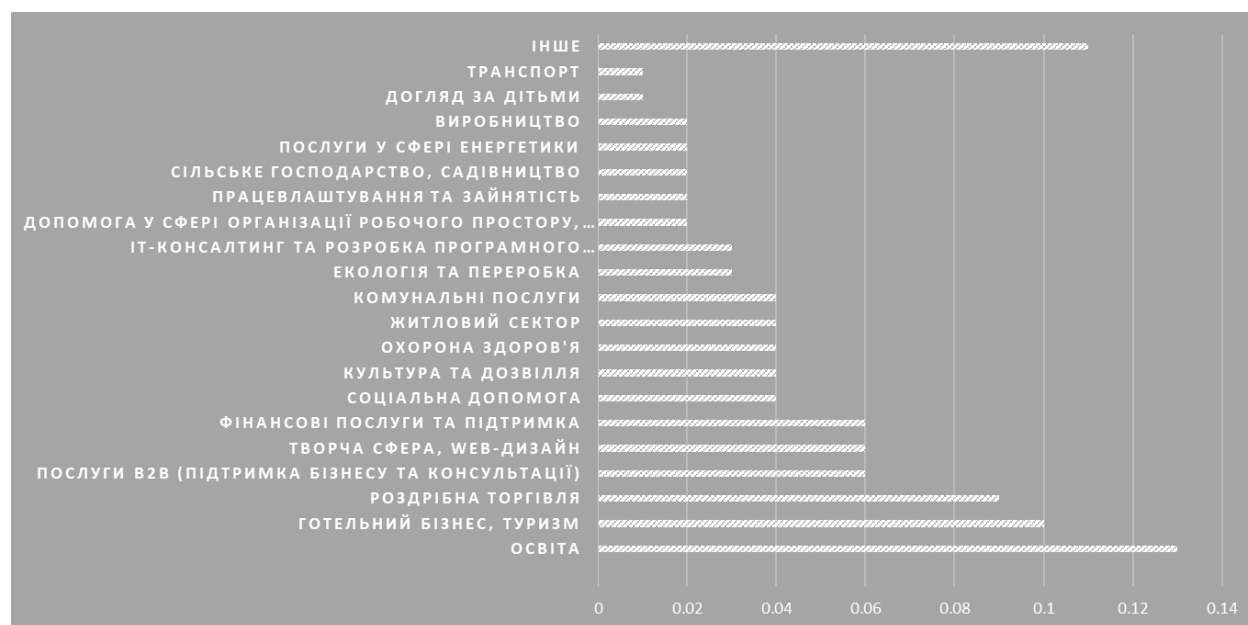
Засновник за законом має право вибрати будь-який варіант організаційної форми ведення підприємницької діяльності. Він самостійно може визначити, що для нього пріоритетно: обмежити відповідальність учасників за допомогою акцій або за допомогою гарантій. Саме це й визначить тип організації. По своїй суті сама СІС не є самостійною організаційно-правовою формою юридичної особи, а представляє зазначені види підприємств із певним, отриманим ними, особливим статусом. При всьому різноманітті компаній, незалежно від сфери, в якій вони здійснюють свою діяльність: охорона здоров'я, догляд, спорт та організація відпочинку, житлово-комунальне та соціальне обслуговування, громадський транспорт, мистецтво та інше, незалежно від обраного ними ступеня відповідальності – головною сполучною ланкою виступає орієнтованість діяльності на благо суспільства.

Сьогодні Великобританія вважається світовим центром розвитку соціального підприємництва, що має у своєму розпорядженні для цього найбільш авторитетні інвестиційні мережі та сприятливі політичні умови (табл. 2.1).

Запуск соціальних підприємств у Великобританії найчастіше супроводжується включенням місцевих органів влади як керуючих та акціонерів. У Великобританії для цих цілей створюються компанії реалізації інтересів співтовариства (community interest company). Такі механізми забезпечують залучення місцевих органів влади до проєктів, які можуть вплинути на місцевий розвиток з погляду соціального капіталу, сталої зайнятості, надання послуг загального характеру тощо. Місцеві органи влади відіграють безпосередню роль в динаміці розвитку регіону з допомогою прямої підтримки соціально значущих проєктів.

У Великобританії за 2021 рік створено рекордну кількість соціальних підприємств – понад 12000. Згідно з даними членського органу “Social Enterprise UK” [21] існує понад 100000 соціальних підприємств у Великобританії, які вносять 60 мільярдів фунтів стерлінгів на рік в економіку країни та дають роботу двом мільйонам людей.

Діаграма 2.2 – Соціальне підприємництво та його напрямки діяльності у Великій Британії [19, 20]



Джерело: Social Enterprise UK

Аналізуючи діаграму, бачимо, що кількість сфер, у яких ведуть свою діяльність підприємства у Великій Британії є доволі широкою, так само як і в Німеччині, що аналізувалася до цього. Причиною задіяності СП у великій кількості сфер є те, що держава закриває велику кількість соціальних проблем за допомогою соціальної підтримки та спеціальних програм. Це дозволяє СП шукати нові сфери для своєї діяльності та тим самим збагачувати досвід соціального підприємництва в країні.

За результатами діаграми також можна зауважити, що найбільше соціальних підприємств ведуть свою діяльність у сфері освіти, що може бути

пов'язано з недостатньою присутністю держави в цій сфері, а також трендом навчання протягом життя, що активно набуває популярності.

Для кращого розуміння цієї діаграми варто відзначити, що автори дослідження подають результати з округленням до нуля десяткових знаків, що призводить до того, що відсотки не складаються точно в 100%. Окрім того, на запитання про діяльність підприємства, респонденти мали можливість дати декілька відповідей, тому відповіді в 2013, 2015, 2017 та 2019 складають більше 100%.

У табл. 2.1 приведено детальний опис фінансування соціальних підприємств у Великій Британії.

Таблиця 2.1 – Характеристика форм фінансування соціальних підприємств у Великобританії [22]

Форма	Характеристика	Напрями фінансування	Приклад
1	2	3	4
Гранти	Безповоротна форма фінансування реалізації певних цілей, що надається спеціалізованими фондами.	– Реалізація інновацій, ризикованих для повернення фінансування; – оплата капітальних вкладень в активи підприємств; – оплата соціальних витрат, які не можуть лягати на комерційну діяльність.	Мікрогранти малим соціальним підприємствам – невелика сума на ранніх етапах створення та розвитку організації. Приклад організації – YoungUnLtd. Гранти на соціально значущі цілі – фінансування проектів, спрямованих на вирішення соціальних та екологічних проблем. Приклади організації – Working Well Design Challenge; The Big Lottery Fund; Enterprise Ready Found та ін.
Пожертви	Збір коштів на безповоротній основі, що надходять з широкого кола стейкхолдерів, на соціально значущі цілі.	Фінансування соціальних проектів широкого проблемного поля.	Краудфандингові моделі безповоротного фінансування: – краудфандинг на основі пожертв – меценатські (без отримання вигоди) пожертвування фізичних осіб на реалізацію проектів; – краудфандинг на базі винагород – фізична особа

			робить внесок у реалізацію проекту з очікуванням отримати матеріальну винагороду або продукт.
“Терплячий” капітал	Довгострокові вкладення у діяльність соціального підприємства з виплатами інвестицій після того, як соціальне підприємство починає отримувати доходи, достатні для виплат інвестицій.	Фінансування вкрай ризикованих ініціатив, які приносять значний ефект.	Приклад фінансової організації – Esmee Fairbairn. Приклад проекту – Cockpit Arts.

Кредити	Рух позичкового капіталу на умовах платності, терміновості, повернення для ведення операційної діяльності соціальних підприємств	– Овердрафт; – кредити на поповнення оборотних коштів; – кредитування на базі грошових потоків.	Приклади соціальних банків – Triodos Bank; Charity Bank. Проект – Toweester Museum.
Пайові інвестиції	Вкладення коштів за права співвласника бізнесу та на участь у прибутку пропорційно своїй частці у капіталі.	Користь соціальних підприємств суспільству та навколишньому середовищу.	Приклад організації – Соціальна фондова біржа у Великій Британії, Places for People, Good Energy, Green Valley Grocer, Big Issue Invest, BIG Society Capital та ін.
Квазікапітал	Схожий на звичайні інвестиції в акціонерний капітал, проте тут компанії не випускають акції через обмеження організаційно-правової форми,	При інвестуванні в квазікапітал інвестор та об'єкт інвестицій ділять між собою високі ризики та доходи.	Приклад фонду соціальних інвестицій, що представляє квазікапітал – Charity Aid Foundation Venturesome. Приклад соціального підприємства – Charity Technology Trust.

	інвестор отримує дохід у вигляді фіксованого відсотка.		
Соціальні облігації	Державний борговий цінний папір, що передбачає виплату відсоткового доходу після досягнення мети.	Досягнення більшого соціального ефекту від послуг, що фінансуються державою, за рахунок прив'язки до досягнутих результатів.	Приклади фондів, які інвестують у соціальні облігації – BIG Society Capital, Bridges Ventures.

Джерело: складено автором.

Окремо необхідно виділити, що у Великій Британії працює незалежний фінансовий інститут підтримки соціального підприємництва – Big Society Capital (BSC). Він функціонує одночасно і як інвестиційний фонд, і як інститут розвитку, який поширює найкращі практики, налагоджує зв'язки між інвесторами та підприємствами, популяризує соціальне підприємництво. У Великій Британії використовується диверсифікована структура форм фінансування соціальних підприємств.

Отже, соціальні підприємства в Британії активно розвивається за рахунок підтримки з боку законодавства, полегшеного доступу до фінансування своєї діяльності за рахунок грантів та інвестицій, а також через добре розвинену інфраструктуру навколо соціального підприємництва.

Підсумок наявних у Великій Британії та Німеччині чинників, що сприяють розвитку соціального підприємництва наведено в таблиці нижче.

Таблиця 2.2 – Порівняння факторів розвитку соціального підприємства в Німеччині та Великій Британії

Фактор розвитку	Велика Британія	Німеччина
Наявність специфічної	Існує, CIC (Community Interest Company)	Не наявна

організаційно-правової форми		
Державна підтримка	Наявна через державні програми розвитку СП та досягнення цілей сталого розвитку	Наявна через державні програми розвитку СП та досягнення цілей сталого розвитку
Доступ до фінансування	Наявний доступ до грантів, вигідного кредитування та ресурсів через соціально-відповідальне інвестування	Наявний доступ до державного фінансування, грантів, вигідного кредитування
Організації підтримки СП з	Наявні (Social Enterprise UK, Social Enterprise Mark)	Наявні (Social Entrepreneurship Network Germany, Social Impact Lab)
Поінформованість громадськості та підтримка з боку споживачів	Наявні висока обізнаність громадськості та свідоме споживання	Рівень обізнаності громадськості підвищуються, наявне зростання попиту на товари СП
Співпраця з традиційними підприємствами та громадськими організаціями	Наявна та активно підтримується з боку держави	Наявна та активно підтримується з боку держави
Освіта	Наявні спеціальні програми для спеціалістів у сфері сталого розвитку, активно проводяться університетські дослідження щодо СП	Наявна програма навчання дітей цінностям сталого розвитку з молодшої школи, університетські програми для спеціалістів
Оподаткування	Наявні податкові пільги	Наявні податкові пільги

Джерело: складено автором.

Отже, соціальні підприємства в Німеччині та Великій Британії мають схожий набір чинників, що сприяють їхньому розвитку. Єдина суттєва відмінність між країнами полягає в наявності специфічної організаційно-правової форми для СП.

2.3. Стан розвитку соціального підприємництва в Україні

В Україні соціальне підприємництво було започатковане Старобрядною концепцією Справи, кооперативним рухом та створеними меценатами Терещенком, Ханенком, Симиренком та іншими соціально спрямованими підприємствами [23].

Більш активний розвиток соціальних підприємств (по суті діяльності, а не по назві) розпочався в Україні з 1991 року. Такі структури переважно були орієнтовані на працевлаштування людей з особливими потребами (підприємства УТОГ і УТОС). Поняття “соціальне підприємство” стало більш відомим в Україні з 2004 року завдяки грантовій програмі UCAN, яка навчала людей основам соціального підприємництва та надавала гранти на розвиток таких ініціатив громадським організаціям. У 2010 році цей інноваційний вид бізнес-діяльності почала популяризувати Британська Рада в Україні, створивши Консорціум “Сприяння розвитку соціального підприємництва Україні”. До складу Консорціуму увійшли Міжнародний фонд “Відродження”, Фонд “Східна Європа”, Прайсвотерхаускоперс Україна, Ерсте Банк. У цьому напрямку, Ерсте Банк ініціював надання кредитів на пільгових умовах для соціальних підприємців, а Консорціум запропонував підготувати тренерів із соціального підприємництва та створити ресурсні осередки розвитку соціального підприємництва в різних частинах України [23].

Останніми роками і до теперішнього часу в Україні невпинно зростає кількість соціальних підприємств, що є своєрідною реакцією на прояви соціально-економічної кризи та необхідності пошуку альтернативних джерел фінансування та інструментів у вирішенні соціальних проблем найбільш уразливих категорій громадян. Тому навколо цієї діяльності часто об’єднуються однодумці та формується фінансовий капітал завдяки

залученню фінансової підтримки інвесторів або через об'єднання коштів засновників-однодумців [24].

Спектр сфер, у яких задіяні соціальні підприємства в Україні наразі залишається доволі обмеженим. Станом на 2020 рік було виділено п'ять основних видів діяльності СП: працевлаштування вразливих груп, вирішення екологічних проблем, генерування прибутку для організації, генерування прибутку для надання послуг, фінансування певних видів послуг. [47] Розподіл підприємств за цими сферами наведено в діаграмі нижче. Причиною слабкої диверсифікації діяльності підприємств є те, що наразі держава не здатна закрити базові потреби українського суспільства, особливо вразливих верств населення. Саме це змушує підприємців концентруватися на інклюзивному підприємництві. На жаль, відсутність достатньої підтримки населення шляхом соціальних програм не дає сфері СП повною мірою розвинути в нашій країні.

Діаграма 2.3 – Основні види діяльності соціальних підприємств в Україні [47]



Джерело: EU4YOUTH. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз

Термін “соціальне підприємство” наразі офіційно не закріплений в нормативно-правовому полі України, така діяльність регулюється нормами діючого законодавства щодо підприємств та організацій відповідно до організаційної форми діяльності суб’єктів економіки. Зокрема, чинна нормативно-правова база регламентує створення та діяльність підприємств, які за міжнародними стандартами можна вважати соціальними (рис. 2.1).

У чинній Програмі діяльності Кабінету Міністрів України (постанова КМУ від 12 червня 2020 р. №471) соціальне підприємництво згадується у розділі 10.4. Підтримка людей з інвалідністю: “Запровадження нових механізмів сприяння працевлаштуванню людей з інвалідністю, у тому числі шляхом розвитку соціального підприємництва та відкриття власної справи”. Виконавцями цього пункту є Мінсоцполітики та Державна служба зайнятості. На мою думку, причиною того, що соціальне підприємництво в українському законодавстві згадується лише в цьому контексті є те, що саме сфера інклюзивного працевлаштування була та залишається найпопулярнішою серед

українських соціальних підприємців. Це в свою чергу зумовлено не достатньою залученістю в цю тему уряду та об'єктивних причин, які збільшують кількість людей з інвалідністю, що потребують працевлаштування, а саме протистояння українському російському вторгненню, починаючи з 2014 року.

Існуючі в Україні підприємства зареєстровані як фізичні особи-підприємці, приватні підприємства, громадські організації, товариства з обмеженою відповідальністю, сільськогосподарські кооперативи, підприємства громадського об'єднання, організації громадського об'єднання, благодійні організації, фермерські підприємства, громадські спілки та інші організаційно правові форми [25].

Ст. 85 і ст. 86 Цивільного кодексу України – регулюють діяльність непідприємницьких товариств (кооперативів, крім виробничих, об'єднань громадян тощо), що не мають на меті отримання прибутку для його подальшого розподілу між учасниками.

Ст. 42 Господарського кодексу України – визначає, що підприємництво є самостійною, ініціативною, систематичною, на власний ризик господарською діяльністю, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Ст. 112 Господарського кодексу України – регулює процес створення підприємств об'єднань громадян задля здійснення господарської діяльності із метою виконання їх статутних завдань.

Ст. 14 Закону України “Про основи соціальної захищеності людей з інвалідністю в Україні” – регулює господарську діяльність громадських організацій людей із інвалідністю і створення даними організаціями суб'єктів господарювання, продукція яких може потім включатися до державного замовлення.

Рисунок 2.1 – Нормативно-правова база, що регламентує соціальне підприємництво в Україні [25]

Джерело: Соколюк К., Додон О. Соціальне підприємництво на прикладі транспортної галузі: від теорії до практики.

Каталог соціальних підприємств України, який було видано в рамках проекту “Соціальні підприємства в Україні”, містить систематизовану

інформацію щодо 150 соціальних підприємств України, зібрану на підставі проведеного анкетування [26]. До каталогу було включено соціальні підприємства (незалежно від організаційно-правової форми), які вирішують соціальні та/або екологічні проблеми й організації, що відповідають хоча б одному з критеріїв: 1) здійснюється працевлаштування вразливих груп населення; 2) весь прибуток від ведення діяльності або його частина спрямовується на підтримання статутної діяльності громадських об'єднань, благодійних фондів тощо; 3) весь прибуток від ведення діяльності або його частина спрямовується на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих верств населення, підтримки соціальних, культурних чи спортивних заходів та/або проєктів.

Аналіз складу соціальних підприємств України наведено в табл. 2.3.

Види соціальних підприємств за соціальним призначенням	Охоплення	Організаційна форма діяльності, у % до загальної кількості підприємств	Яким чином розподіляється прибуток (в середньому, у %)	
			Рефінансування	Соціальні цілі
Працевлаштування вразливих верств населення	Усі регіони, окрім: Волинської та Рівненської областей	БО – 5 ФОП – 26 ТОВ – 11 ГО – 30 Ферм. господарство – 1 ПП – 16 с/г кооператив – 10 інші – 1	78	34
Генерування прибутку для підтримки діяльності організації	Усі регіони, крім: Вінницької, Одеської, Рівненської та Сумської областей	БО – 6 ФОП – 26 ТОВ – 13 ГО – 34 Ферм. господарство – 12 ПП – 9	73	27
Генерування прибутку для підтримки послуг окремим групам населення	Усі регіони, окрім: Волинської, Кіровоградської та Рівненської областей	БО – 9 ФОП – 26 ТОВ – 14 ГО – 27 с/г кооператив – 10 ПП – 14	75	35
Генерування прибутку для	Усі регіони, окрім: Волинської,	БО – 10 ФОП – 28	69	37

фінансування окремих видів послуг	Запорізької, Київської, Кіровоградської, Одеської, Рівненської, Сумської та Чернівецької областей	ТОВ – 18 ГО – 23 с/г кооператив – 8 ПП – 13		
Вирішення екологічних проблем, захист довкілля	Донецька обл., Закарпатська обл., Львівська обл., Херсонська обл., м. Київ	ФОП – 20 ТОВ – 20 ГО – 20 ПП -40	65	44
Інші види діяльності	Вінницька обл., Житом. обл., Івано-Франківська обл., Київська обл., Луганська обл., Миколаївська, обл., Полтавська обл., Харківська обл., Херсонська обл.	БО – 6 ФОП – 38 ГО – 28 ПП – 22 Ферм. господарство – 6	57	32

Таблиця 2.3 – Склад соціальних підприємств в Україні [27]

Джерело: Іванова Н., Коваль К., Коваль В. Роль соціального підприємництва в умовах сьогодення України.

У підсумку варто відзначити, що розвиток соціального підприємництва в Україні зумовлений кризовими соціально-економічними явищами, зокрема низькою матеріальною забезпеченістю, безробіттям, значною часткою незахищених верств населення. Відсутність законодавчого регулювання вносить дисбаланс у забезпечення швидкого розвитку соціальних підприємств, що впливає на прозорість їх функціонування, доступ до державної підтримки, пільгового кредитування та оподаткування, оренди державного та комунального майна, точного обліку та визначення їхнього внеску в соціально-економічний розвиток України. Саме тому сьогодні дуже актуальною є проблема введення соціального підприємництва в нормативне поле як унікального, окремого виду бізнесу, якому має бути надана

можливість отримувати фінансування на грантових умовах, а також мати право на пільгове оподаткування.

Висновки до розділу 2

У другому розділі дипломної роботи проаналізовано тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні та світі.

Суттєвою особливістю соціального підприємництва у Німеччині є велика кількість організаційних форм, що дозволяє потенційним соціальним підприємцям вибрати найбільш підходящу форму для свого стартапу з тією метою, щоб обидві моделі – бізнесу та соціального впливу – були стійкішими. У Німеччині соціальне підприємництво розвивається активно та різноспрямовано завдяки підприємницьким прикладам, цінностям, культурі, економічній освіті, фінансовій інфраструктурі та консультативній допомозі фондів.

Сьогодні Великобританія вважається світовим центром розвитку соціального підприємництва, що має у своєму розпорядженні для цього найбільш авторитетні інвестиційні мережі та сприятливі політичні умови. Існує понад 100000 соціальних підприємств, які вносять 60 мільярдів фунтів стерлінгів на рік в економіку країни та дають роботу двом мільйонам людей.

Стан соціального підприємництва України перебуває на стадії розвитку. У цій сфері немає законодавчих актів, які б регулювали всі питання щодо соціального підприємництва. Відсутність законодавчого регулювання вносить дисбаланс у забезпечення швидкого розвитку соціальних підприємств, що впливає на прозорість їх функціонування, доступ до державної підтримки, пільгового кредитування та оподаткування, оренди державного та комунального майна, точного обліку та визначення його внеску в соціально-економічний розвиток України.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1. Обґрунтування важливості вдосконалення моделі соціального підприємництва в Україні

В останні роки соціальне підприємництво в Україні набуває все більшої популярності серед населення як ефективний механізм вирішення локальних соціально-економічних проблем територіальних громад. Запорукою його успіху та поширення в Україні є вдосконалення моделі соціального підприємництва, що координувала б зусилля всіх зацікавлених сторін – підприємців, громадських організацій, донорів та держави.

Модель соціального підприємництва в Україні є сукупністю взаємовідносин і взаємодій суб'єктів соціального підприємництва, їх об'єктів, стейкхолдерів та інших суб'єктів інфраструктури.

Напрями розвитку соціального підприємництва в Україні включають: модель соціального підприємництва (що містить організаційний, нормативний, економічний блоки); етапи вдосконалення даної моделі.

У сукупності вдосконалення моделі соціального підприємництва в Україні дозволить:

- для суб'єктів соціального підприємництва отримувати експертну підтримку, пільги та преференції;
- органам державного управління оцінювати ефективність економічної та соціальної діяльності суб'єктів соціального підприємництва, у режимі реального часу відстежувати та контролювати діяльність сертифікованих суб'єктів соціального підприємництва, оперативно вживати заходів підтримки для суб'єктів соціального підприємництва, а також позбавляти статусу суб'єкта соціального підприємництва у разі невиконання умов ведення діяльності.

3.2. Перспективні напрямки розвитку соціального підприємництва

Для визначення подальших перспектив розвитку соціального підприємництва в Україні було сформовано матрицю SWOT-аналізу даної діяльності (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – SWOT-аналіз розвитку соціального підприємництва в Україні

S – сильні сторони:	W – слабкі сторони:
1) визнання суспільством; 2) застосування інновацій; 3) формування соціальних благ; 4) зміна суспільства за рахунок вирішення якоїсь соціальної проблеми; 5) емоційне залучення соціальних підприємців; 6) особиста соціальна мережа, що сприяє популяризації бізнесу; 7) виробництво соціально-значущих товарів; 8) підвищення конкурентоспроможності бізнесу на міжнародному рівні.	1) військовий стан, збройна агресія і порушення територіальної цілісності держави; 2) низький рівень соціальної свідомості; 3) відсутність нормативної бази діяльності суб'єктів соціального підприємництва; 4) низький рівень культури корпоративної соціальної відповідальності; 5) високий рівень корупції; 6) економічна криза; 7) обмежений попит на товари та послуги, що надаються соціальними підприємствами з боку органів державної влади, ринкових підприємств тощо; 8) копіювання західних моделей без урахування умов українського бізнесу; 9) відсутність висококваліфікованих співробітників та підприємців обізнаних на достатньому рівні.
O – можливості:	T – загрози:
1) готовність відповісти на громадські проблеми; 2) низька конкуренція у цій галузі; 3) можливість залучення волонтерів; 4) відродження національного бренду; 5) зростання онлайн продажів.	1) адміністративний тиск на бізнес; 2) погіршення загальної економічної та соціальної ситуації у регіоні; 3) зміна законодавства у цій галузі.

Джерело: складено автором.

Проведене дослідження свідчить про необхідність удосконалення сфери соціального підприємництва в Україні. Соціальне підприємництво здатне

вирішити проблеми бідності та підвищити рівень життя соціально незахищених верств населення. Вважаємо, що в умовах війни, економічної напруги, саме соціальне підприємництво може стати ключем до вирішення соціальних проблем [28].

SWOT-аналіз дозволив виявити сильні сторони соціально-підприємницької діяльності в Україні. Для реалізації можливостей у короткий термін необхідно акцентувати увагу діючих бізнесменів на низьку конкуренцію серед соціальних підприємців та можливість залучення волонтерів, що суттєво знижує витрати підприємства. З метою вирішення проблем та мінімізації слабких сторін необхідно активно використовувати інструменти державної підтримки та зниження загроз адміністративного тиску на соціальне підприємництво.

За результатами SWOT-аналізу соціального підприємництва в Україні можна запропонувати деякі напрями та заходи підтримки даної сфери. У цьому випадку відправною точкою для реалізації політики у сфері соціального підприємництва можуть бути як механізми підтримки підприємництва у приватному секторі та інноваційній сфері, так і власне міжнародний досвід підтримки соціального підприємництва.

1) Заходи, спрямовані на підтримку малих і середніх компаній, оскільки більшість підприємств сфери не належать до великих: підвищення доступу до фінансування, заходи щодо навчання підприємців, усунення інституційних бар'єрів.

2) Заходи, спрямовані на підтримку інноваційного підприємництва, тому що для отримання прибутку в процесі вирішення соціальних проблем найчастіше потрібна інноваційна ідея, на основі якої вибудовується бізнес: підтримка інноваційних стартапів, приватно-державного партнерства в

інноваційній сфері, стимулювання підвищення ефективності підприємницької діяльності, масштабування успішних практик.

Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні пов'язані з подоланням бар'єрів у частині інформаційного та соціологічного забезпечення практики соціального підприємництва, спрямованого на підвищення рівня поінформованості населення про діяльність соціальних підприємств, з метою формування орієнтації населення на активну соціальну позицію та установку на участь у вирішенні проблем соціальної сфери; зі зняттям бар'єрів до доступу до фінансових та матеріальних ресурсів, формуванням та вдосконаленням законодавчої підтримки соціального підприємництва, розширенням освітніх програм та інфраструктури.

У свою чергу, держава може підтримати соціальні підприємства таким чином:

- виділяти державні гранти на створення соціальних підприємств;
- надавати субсидії чи звільняти соціальні підприємства від деяких видів податків;
- субсидії на розвиток інноваційних центрів та бізнес-інкубаторів;
- субсидії та податкові пільги компаніям, які займаються розвитком альтернативних джерел енергії.

Таким чином, державний апарат має створити в країні такі умови, щоб нові підприємці були зацікавлені у вирішенні соціальних та екологічних проблем. Крім того, сам уряд має бути зацікавленим в розвитку нових технологій задля досягнення позитивних результатів у процесі розвитку економіки країни. В умовах розвитку та впровадження інновацій – соціальні підприємства будуть потрібні для успішного функціонування та розвитку економіки за рахунок їхньої інноваційності.

3.3. Розробка пропозиції щодо підвищення ефективності реалізації моделі соціального підприємництва в Україні на основі інновацій

Розвиток соціального підприємництва в Україні – досить перспективний та водночас складний процес. Практичний досвід ведення соціального підприємництва (від якого залежить успішний розвиток соціального бізнесу) вимагає реалізації заходів у таких напрямках:

- 1) Розробка концепції соціального підприємства.
- 2) Визначення оптимальної організаційно-правової форми для реєстрації соціального підприємства та її ефективної структури.
- 3) Приділення достатньої уваги бізнес-плануванню; формування соціальної стратегії; формування стратегії маркетингових комунікацій; моніторинг можливостей фінансової підтримки соціального підприємництва в Україні.
- 4) Постійне навчання та вдосконалення навичок дослідження позитивного та негативного досвіду колег.
- 5) Інвестиції у залучення комерційних консультантів.
- 6) Удосконалення методики вимірювання соціального впливу та результатів діяльності підприємства за певними критеріями та показниками.
- 7) Визначення механізмів заснування партнерств та впровадження практики публічної звітності.

На основі вищевикладеного доцільно розробити пропозиції щодо підвищення ефективності реалізації моделі соціального підприємництва в Україні на основі інновацій:

- 1) Стратегічне управління:

- включення цілей щодо розвитку соціального підприємництва та відповідних заходів до державних програм розвитку, дорожніх карток, паспортів пріоритетних програм;

- організація статистичного обліку сфери соціального підприємництва, починаючи із запровадження чітких критеріїв соціального підприємництва і закінчуючи доопрацюванням статистичних форм.

2) Інституціоналізація:

- створення спеціальних інститутів підтримки соціального підприємництва на рівні місцевих громад: фондів, корпорацій, об'єднань;

- інституціоналізація соціального підприємництва: законодавче оформлення нових організаційних форм, нових принципів оподаткування, включаючи вдосконалення механізму податкових відрахувань стимулювання пожертвувань;

- усунення інституційних бар'єрів, пов'язаних із сертифікацією та ліцензуванням видів діяльності, що належать до соціального підприємництва (навчання, соціальні послуги та ін.);

- вироблення стандартів у сфері соціального підприємництва, у тому числі стандартів оцінки ефективності підприємств та стандартів для подання заявок на фінансування, вимог до звітності.

3) Доступ до фінансування:

- створення інформаційних систем, які інтегрують інформацію про доступні джерела фінансових засобів, розширення доступу до цифрових технологій;

- створення нових фінансових інструментів, включаючи моделі спільного фінансування (взаємні вкладення великих організацій);

- створення спеціалізованих фінансових посередників – фондів та корпорацій для підтримки ініціатив у сфері соціального підприємництва;

- надання пільг за кредитами, за оренду приміщень, за оплату комунальних послуг, спрощений доступ до державних закупівель, тощо.

4) Кадри:

- навчання фахівців-оцінювачів інноваційних соціальних проєктів, вироблення показників вимірювання результатів;

- запровадження додаткових інструментів матеріального та нематеріального стимулювання для соціальних підприємств (пільги на оплату навчання, проїзд, пенсії, медичне обслуговування, страхування та ін.);

- впровадження програм навчання: навчання соціальному підприємництву спеціалістів із приватного сектору і навпаки, навчання соціальних підприємців традиційним управлінським практикам.

5) Просування:

- поширення знань про соціальне підприємництво, популяризація за допомогою ЗМІ, соцмереж, оповіщення про переваги соціального підприємництва, залучення волонтерів;

- запуск глобальних платформ та програм на державному рівні, розвиток мереж соціального підприємництва, співтовариств підприємців;

- залучення підприємців та представників наукових організацій до вироблення політики підтримки соціального підприємництва в країні.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі роботи визначено напрями розвитку соціального підприємництва в Україні. Обґрунтовано важливість удосконалення моделі соціального підприємництва в країні для суб'єктів соціального підприємництва та для органів державного управління. За допомогою SWOT-аналізу виявлено сильні та слабкі сторони соціально-підприємницької

діяльності в Україні. Також розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності реалізації моделі соціального підприємництва в Україні на основі інновацій.

ВИСНОВКИ

Усі отримані результати в ході виконання дипломної роботи відповідають заданій меті, вирішують усі поставлені завдання на початку проведення дослідження, мають суттєве значення теоретичного та практичного змісту.

Проаналізувавши розвиток соціального підприємництва як у науковій сфері так і в практичній площині, стає зрозуміло, що діяльність характерна соціальному підприємству існувала давно, однак становлення цього типу підприємницької діяльності відбулося лише в другій половині XX ст., а наразі триває стадія її розвитку.

Виявлено ключові складові концепції соціального підприємництва: соціальна проблема, цінності, самоокупність, соціальна мета, інноваційність, залучення громади, підприємницький підхід та соціальний вплив. Також у ході аналізу було виявлено, що основна роль соціального підприємства полягає в тому, що воно спрямоване на вирішення соціальних та екологічних проблем, на які не звертає увагу ні традиційний бізнес, ні державний сектор. Соціальні підприємці вирішують ці проблеми одночасно з тим, заробляючи прибуток, тобто цей тип діяльності приносить не лише соціальну вигоду суспільству, а й економічну за рахунок самозабезпечення та створення нових робочих місць.

Специфіка орієнтації соціальних підприємств на вирішення проблем також підштовхує їх до створення та запровадження в свою діяльність інновацій, які можуть мати сильний вплив на індустрію, у якій працює підприємство.

Аналіз тенденцій розвитку соціального підприємництва в Україні та світі дозволив визначити, що найбільшого поширення СП набуло в таких

європейських країнах як Німеччина та Велика Британія, які мають давню історію соціалізації бізнесу. суттєвою особливістю соціального підприємництва у Німеччині є велика кількість організаційних форм, що дозволяє потенційним соціальним підприємцям вибрати найбільш підходящу форму для свого стартапу з метою, щоб обидві моделі – бізнесу та соціального впливу – були стійкішими. У Німеччині соціальне підприємництво розвивається активно та різноспрямовано завдяки підприємницьким прикладам, цінностям, культурі, економічній освіті, фінансовій інфраструктурі та консультативній допомозі фондів.

Сьогодні Великобританія вважається світовим центром розвитку соціального підприємництва, що має у своєму розпорядженні для цього найбільш авторитетні інвестиційні мережі та сприятливі політичні умови. Існує понад 100 тис. соціальних підприємств, які вносять 60 млрд фунтів стерлінгів на рік в економіку країни та дають роботу двом мільйонам людей.

Соціальне підприємництво в Україні перебуває на стадії розвитку. У цій сфері немає законодавчих актів, які б регулювали всі питання щодо соціального підприємництва.

Розвиток соціального підприємництва в Україні зумовлений кризовими соціально-економічними явищами, зокрема низькою матеріальною забезпеченістю, безробіттям, значною часткою незахищених верств населення. Відсутність законодавчого регулювання вносить дисбаланс у забезпечення швидкого розвитку соціальних підприємств, що впливає на прозорість їх функціонування, доступ до державної підтримки, пільгового кредитування та оподаткування, оренди державного та комунального майна, точного обліку та визначення його внеску в соціально-економічний розвиток України.

У роботі визначено напрями розвитку соціального підприємництва в Україні, а саме: розробка концепції, визначення оптимальної організаційно-правової форми, формування стратегії, освіта та навчання, інвестиції, удосконалення методик вимірювання соціального впливу та заснування партнерств.

У сукупності вдосконалення моделі соціального підприємництва в Україні дозволить: 1) для суб'єктів соціального підприємництва отримувати експертну підтримку, пільги та преференції; 2) органам державного управління оцінювати ефективність економічної та соціальної діяльності суб'єктів соціального підприємництва, у режимі реального часу відстежувати та контролювати діяльність сертифікованих суб'єктів соціального підприємництва, оперативно вживати заходів підтримки для суб'єктів соціального підприємництва, а також позбавляти статусу суб'єкта соціального підприємництва у разі невиконання умов ведення діяльності.

Проведений у роботі SWOT-аналіз практики соціального підприємництва в Україні дозволив виявити його сильні та слабкі сторони, а також потенційні можливості та загрози. Для реалізації можливостей у короткий термін необхідно акцентувати увагу діючих бізнесменів на низьку конкуренцію серед соціальних підприємців та можливість залучення волонтерів, що суттєво знижує витрати підприємства. З метою вирішення проблем та мінімізації слабких сторін необхідно активно використовувати інструменти державної підтримки та зниження загроз адміністративного тиску на соціальне підприємництво.

За результатами проведеного дослідження розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності реалізації моделі соціального підприємництва в Україні на основі інновацій за напрямками:

1) стратегічне управління: включення цілей сталого розвитку та зокрема розвиток соціального підприємництва до державних програм розвитку, а також запровадження чіткого обліку цієї сфери;

2) інституціоналізація: створення інститутів підтримки соціальних підприємств, законодавче оформлення нових організаційних форм, створення механізму податкових відрахувань;

3) доступ до фінансування: надання доступу до мікрокредитування, створення спеціалізованих фондів, надання пільг за кредитами, оплатою оренди та комунальних послуг;

4) кадрова політика: впровадження програм навчання для спеціалістів, матеріальне та нематеріальне стимулювання працівників та засновників соціальних підприємств;

5) просування соціального підприємництва: поширення знань про СП через ЗМІ та соціальні мережі, запуск освітніх платформ на державному рівні, вироблення політики підтримки СП.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Dees J. The Meaning of Social Entrepreneurship / J. Gregory Dees., 1998.
2. Drucker P. Innovation and Entrepreneurship / Peter F. Drucker., 1985.
3. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін / [А. О. Корнецький, А. А. Свинчук, В. Я. Назарук та ін.], 2017.
4. Складові соціального підприємництва [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://business.diia.gov.ua/components-of-social-entrepreneurship>.
5. Шаульська Л. В. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці / Л. В. Шаульська, Г. С. Кабаченко. – 2016.
6. Women's bean project 2019-2020 annual report. – 2021.
7. A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges / S.A Zahra, E. Gedajlovic, D. O. Neubaum, J. Shulman., 2009.
8. Смаглій К. Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. — Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2014. — 207 с.
9. Free water [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.freewater.io/>.
10. Equalize Health [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://equalizehealth.org/>.
11. Villa E. Discovering 700-year-old roots of social enterprise [Електронний ресурс] / Elle Villa. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://www.supplychange.co.uk/post/discovering-700-year-old-roots-of-social-enterprise?utm_source=twitter&utm_medium=blog-post&utm_term=&utm_content=&utm_campaign=social-enterprise-history-blog#:~:text=SEUK%20notes%20the%20Rochdale%20Society,resembles%20the%20modern-day%20structure.
12. Rostron K. I. Defining the Social Enterprise: A Tangled Web / Katherine Isabel Rostron. // International Journal of Management and Applied Research. – 2015.
13. Office of the Regulator of Community Interest Companies: Information and guidance notes. – 2016.

14. Budget 2021: What the social enterprise sector needs [Електронний ресурс] // 2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.the-sse.org/news/budget-2021-what-the-social-enterprise-sector-needs/>.
15. Добрава Н. В. Соціальне підприємництво. Економічні інновації. 2015. Вип. 59. С. 112-117.
16. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.
17. Никифорак В. А Соціальне підприємництво: сутність та особливості розвитку. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 321-324.
18. Школяр М.В. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. № 27 (2). С. 85-89.
19. Черчик Л. М., Коленда Н. В. Сутність соціального підприємництва та його роль у забезпеченні соціальної безпеки. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. № 875. С. 101-107.
20. Химич І. Г., Тимошик Н. С. Соціальне підприємництво як інноваційний вид діяльності. *Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб’єктів економічних відносин як основа поступального розвитку територіально-господарських систем : монографія*. Тернопіль : ФОП Паляниця В. А. 2021. С. 193-208.
21. Бойчик І. М Економіка підприємства: підручник. Київ: Кондор - Видавництво, 2016. 378 с.
22. Лойко В. В., Макаровська Т. П. Економіка підприємства: [навч. посібн.] Київ : КНУТД, 2015. 267 с.
23. Цивільний кодекс Німеччини. URL: https://www.gesetze-iminternet.de/englisch_bgb/englisch_bgb.pdf.
24. Податковий кодекс Німеччини. URL: <https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/EN/>.
25. Соціальний Німеччини. URL: <https://guides.library.harvard.edu/c.php?g=310823&p=2079291>.
26. Фонд BMW. URL: <https://bmw-foundation.org>.
27. SEND: мережа соціальних підприємців Німеччини. URL: www.send-ev.de.

28. Моніторинг соціального підприємництва у Німеччині. SEND. 2018. URL: https://www.sendev.de/2018-12-12_erster-deutscher-social-entrepreneurship-monitorvero%CC%88ffentlicht/?fbclid=IwAR1WwkxlVnGnZX9zSdLHT0mNlQzF7bJV-sLMQaScm06KZ13jhCTplTCYBM.
29. Social Impact Lab Berlin. URL: <https://berlin.socialimpactlab.eu/>.
30. Startnext Crowdfunding. URL: www.startnext.com.
31. Salamon L., Anheier H., List R., Toepler S., Sokolowski S.W. Global civil society; dimensions of the nonprofit sector. The Johns Hopkins Center for Civil Society Studies Baltimore, MD. Ccss.jhu.edu. URL: <http://ccss.jhu.edu/wpcontent/uploads/downloads/2011/08/Global-Civil-Society-I.pdf>.
32. Companies (Audit, Investigations and Community Enterprise) Act 2004. Офіційний сайт Уряду Великобританії із законодавчих актів. URL: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2004/27/contents>.
33. Capitalism in Crisis? Transforming our Economy for People and Planet. SOSE 2019. URL: <https://www.socialenterprise.org.uk/stateof-social-enterprise-reports>.
34. The Future of Business – State of Social Enterprise Survey 2017. URL: <https://www.socialenterprise.org.uk/seuk-report/the-future-of-business-the-state-of-social-enterprise-survey-2017/>.
35. Record number of social enterprises created last year, report finds /A. Ricketts [Electronic resource] - Access mode: <https://www.thirdsector.co.uk/record-number-social-enterprises-created-last-year-report-finds/social-enterprise/article/1730148>.
36. How to raise capital as a social entrepreneur? URL: <https://www.pwc.nl>.
37. Соціальне підприємництво: опорний конспект / укл. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Тернопіль: Вектор, 2021. 74 с.
38. 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>.
39. Соколюк К., Додон О. Соціальне підприємництво на прикладі транспортної галузі: від теорії до практики. *Економіка та суспільство*. 2022. №37. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-75>.
40. Каталог соціальних підприємств. URL: <https://drive.google.com/file/d/151lNaCLownZVph-lAgcZpk3Esp79sicw/view>.

41. Іванова Н., Коваль К., Коваль В. Роль соціального підприємництва в умовах сьогодення України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. №3(31). С. 224-234.
42. Росул О. М., Бєлова М. В. Соціальне підприємництво як нова категорія сучасної юриспруденції. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2022. №6. С. 131-134.
43. Підприємництво в Україні: історико-інституційний аналіз : монографія / [В.В.Небрат, Н.А.Супрун та ін.] ; за ред. д.е.н. В.В. Небрат ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – Електрон. дані. – К., 2019. – 532 с.: табл., рис. – Режим доступу : <http://ief.org.ua/docs/mg/314.pdf>
44. Hoffmann P. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2020/21 / P. Hoffmann, K. Scharpe, M. Wunsch., 2022.
45. Peters A. Most millennials would take a pay cut to work at a environmentally responsible company [Електронний ресурс] / Adele Peters. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.fastcompany.com/90306556/most-millennials-would-take-a-pay-cut-to-work-at-a-sustainable-company>.
46. Schumpeter J. A. The theory of economic development / Joseph A. Schumpeter., 1949.
47. EU4YOUTH. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз [Електронний ресурс] / EU4YOUTH. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_1.pdf.

ДОДАТКИ

Додаток А

Соціальне підприємництво та його напрямки діяльності у Великій Британії

Сфера діяльності	Кількість соціальних підприємств у %			
	2013	2015	2017	2019
Освіта	16%	18%	11%	13%
Готельний бізнес, туризм	4%	7%	—	10%
Роздрібна торгівля	11%	12%	16%	9%
Послуги B2B (підтримка бізнесу та консультації)	16%	17%	13%	6%
Творча сфера, web-дизайн	7%	8%	9%	6%
Фінансові послуги та підтримка	9%	5%	7%	6%
Соціальна допомога	—	10%	8%	4%
Культура та дозвілля	11%	9%	7%	4%
Охорона здоров'я	8%	9%	8%	4%
Житловий сектор	13%	7%	6%	4%
Комунальні послуги	—	—	—	4%
Екологія та переробка	8%	8%	7%	3%
ІТ-консалтинг та розробка програмного забезпечення	—	—	—	3%
Допомога у сфері організації робочого простору, місця	8%	3%	3%	2%
Працевлаштування та зайнятість	14%	14%	8%	2%
Сільське господарство, садівництво	—	2%	2%	2%
Послуги у сфері енергетики	—	—	—	2%
Виробництво	—	2%	1%	2%
Догляд за дітьми	3%	4%	2%	1%
Транспорт	2%	2%	2%	1%
Інше	11%	3%	6%	11%

Додаток Б

Соціальне підприємництво та його напрямки діяльності у Німеччині

Сфера діяльності	Відсоток підприємств
Освіта та викладання	21.5%
Охорона здоров'я та соціальна робота	17.5%
Інформація та комунікація	16.6%
Інші види підприємницької діяльності	10.7%
Інша діяльність у сфері послуг	10.5%
Професійна, наукова та технічна діяльність	9.8%
Мистецтво, розваги та відпочинок	9.1%
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	6.3%
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство, рибальство	5.1%
Переробна промисловість	4.9%
Фінансова та страхова діяльність	4.4%
Енергопостачання	3.5%
Готелі та ресторани	3.3%
Операції з нерухомим майном та житловим фондом	2.1%

Виробництво товарів та надання послуг приватними домогосподарствами для власного використання без чітко вираженої спеціалізації	2.1%
Водопостачання, каналізація, переробка відходів	1.9%
Екстериторіальні організації та органи	0.7%
Будівництво	0.7%
Транспорт і складське господарство	0.5%
Державне управління й оборона, соціальне забезпечення	0.2%
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	0.2%
Інше	7.9%