

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА
ФРАНКА**

Історичний факультет

Кафедра соціології

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (бакалаврської) роботи

освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр

на тему:

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Виконав: студент 4 курсу, групи ІСС-41С

спеціальності 054 «Соціологія»

Чіпак Ю.Б.

Керівник: проф. Пачковський Ю.Ф.

Рецензент: доц. Демків О.Б.

Львів – 2023

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА
Факультет історичний
Кафедра соціології
Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр
Напрямок підготовки 05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність 054 Соціологія

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри соціології
проф. Пачковський Ю.Ф.
“ _____ ” _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (БАКАЛАВРСЬКУ) РОБОТУ СТУДЕНТУ

Чіпаку Юрію Богдановичу

1. Тема роботи «Соціальне підприємництво в умовах сучасної України»
керівник роботи проф. Пачковський Ю.Ф.

затверджені Вченою радою факультету від 16 березня 2023 року

2. Строк подання студентом роботи 12 червня 2023 року

3. Вихідні дані до роботи:

1. Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. *Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін*. Посібник / - К:ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с
2. Каталог соціальних підприємств України. URL: <http://www.socialbusiness.in.ua>
3. Каменко І. С. *Соціальне підприємництво в Україні: економіко- правовий аналіз*. 37 с.
4. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. *Соціальне підприємництво. Бізнес- модель*. Реєстрація. Київ : ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретико-методологічні аспекти дослідження соціального підприємництва

1.1 Тлумачення поняття «соціальне підприємство» в соціогуманітарному дискурсі

1.2 Історія становлення соціального підприємництва

1.3 Соціологічні теорії аналізу соціального підприємництва як соціального феномену

Розділ 2. Прикладні аспекти дослідження соціального підприємництва в умовах сучасної України

2.1 Функціонування соціальних підприємств в умовах сучасної України: емпіричний вимір

2.2 Результати авторського соціологічного дослідження на тему «Соціальне підприємство в умовах сучасної України»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
К-ть рисунків - 5; к-ть таблиць - 5 ; к-ть додатків – 2.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	проф. Пачковський Ю.Ф		
II	проф. Пачковський Ю.Ф		

7. Дата видачі завдання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної (бакалаврської) роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Написання вступу, практичної та теоретичної актуальності до роботи	січень 2023	
2.	Розробка програми та інструментарію дослідження	лютий 2023	
3.	Написання теоретико-методологічного розділу	березень 2023	
4.	Проведення якісних інтерв'ю	березень – травень 2023	
5.	Доопрацювання теоретико-методологічного розділу	травень 2023	
6.	Аналіз емпіричних даних, отриманих у ході дослідження	травень 2023	
7.	Написання емпіричного розділу	травень 2023	
8.	Підведення підсумків, робота над висновками до роботи	травень – червень 2023	
9.	Остаточне оформлення роботи	червень 2023	

Студент _____ Чіпак Ю.Б.

Керівник роботи _____ Пачковський Ю.Ф.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	8
1.1. Поняття «соціальне підприємництво» в соціогуманітарному дискурсі	8
1.2. Історичний дискурс становлення соціального підприємництва.....	16
1.3. Соціологічні теорії аналізу соціального підприємництва як соціального феномену.....	22
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ	31
2.1 Функціонування соціальних підприємств в умовах сучасної України: емпіричний вимір.....	31
2.2 Результати авторського соціологічного дослідження на тему «Соціальне підприємництво в умовах сучасної України»	43
Висновки до розділу 2	65
ВИСНОВКИ	68
Список джерел і наукової літератури	71
Додатки	78

ВСТУП

Тема соціального підприємництва стає все більш обговорюваною і популярною у всьому світі. Вона надихає теоретиків на роздуми про природу цього явища, а життєписи видатних особистостей та практики породжують нові ідеї і реалізують проекти неймовірного масштабу. Ця тема є новою і має великі можливості. Різні країни влаштовують представницькі зустрічі, на яких збираються соціологи, економісти, фінансисти, лідери громадянського суспільства, практики соціального сектору і навіть політики. В Україні також починаються розгортання соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво - це форма бізнесу зі соціальною місією. На відміну від традиційного підприємництва, яке має за мету отримання максимального прибутку, соціальне підприємництво спрямоване на вирішення суспільних проблем. Держава не може задовольнити всі соціальні потреби, оскільки це становить значне фінансове навантаження на державний бюджет у сфері соціальних послуг. Тому соціальне підприємництво відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем і повинно займати певну нішу в економіці країни. Головною місією соціального підприємництва є допомога в подоланні соціальної ізоляції, забезпечення працевлаштування для незахищених верств населення, груп ризику, осіб з обмеженими можливостями, пенсіонерів та інших.

У кожній країні, незалежно від її рівня соціально-економічного розвитку, важливим показником успішності є стабільність суспільства. У цьому контексті значущим є розвиток соціального підприємництва як засобу вирішення соціальних проблем. Україна також сприяє розвитку соціального підприємництва шляхом активної участі економічно активних учасників національного ринку у підтримці соціально вразливих громадян та вирішенні соціально значущих питань. Однак, розповсюдження соціальних підприємств в Україні ускладнене

відсутністю відповідного законодавства, яке б регулювало їхню діяльність, а також нечіткістю ключових термінів і критеріїв для ідентифікації таких підприємств. Відкритим залишається подальший інтенсивний розвиток соціального підприємництва за умов російсько-української війни, хоча слід очікувати велику затребуваність у майбутньому в ініціативах соціальних підприємців.

Теоретична актуальність. Дослідження соціального підприємництва знаходиться на ранній стадії, і не можна говорити про значний теоретичний досвід в цій галузі. Існує відсутність єдиного підходу до розуміння та відображення сутності цього процесу. Аналіз теоретичних розробок, наукової літератури, періодичних видань та інших джерел показує, що питання соціального підприємництва ще не були достатньо досліджені. Значний обсяг досліджень було зосереджено на діяльності малого підприємництва, але питання соціального підприємництва залишаються недостатньо вивченими. Внесок у дослідження сутності підприємництва зробили Білл Драйтон, засновник компанії «Ашока», а також дослідники з Університету Наварри в Барселоні, Джон Мейр та Ігнасіо Марті, які почали вивчати теоретичні основи соціального підприємництва одними з перших. Також проблеми функціонування соціального підприємництва знайшли своє відображення у наукових роботах як іноземних учених – Дж. Емерсона, Дж. Робінсона, М. Менделя, Дж. Строяна, Н. Генрі, Ф. Спреклі, Д. Борнштейна, С. Девіса, Дж. Остіна, І. Марті, Дж. Мейра та інших, – так і вітчизняних дослідженнях З.І. Галушки, А.І. Мокія, Н.Є. Гусак, А.А. Свинчук, А.О. Корнецького, М.А. Гончарової, А.М. Колота, О.А. Грішнкової, Л.В. Шаульської та інших.

Об'єкт дослідження:

За критерієм загальної проблеми: є процеси реалізації і функціонування соціального підприємництва в Україні.

За критерієм носія проблеми: соціальні підприємці

Предмет дослідження: форми і методи реалізації соціального підприємництва в умовах сучасної України.

Мета: аналіз організаційно-технологічних особливостей реалізації і функціонування соціального підприємництва в умовах сучасної України.

Завдання:

- проаналізувати поняття «соціальне підприємництво» у соціогуманітарному дискурсі;
- виявити форми соціального підприємництва та методи їх розповсюдження в Україні;
- розглянути організаційно-технологічні особливості розвитку соціального підприємництва в умовах сучасної України;
- проаналізувати соціальне підприємництво крізь призму соціологічних теорій;
- проаналізувати форми реалізації соціального підприємництва в Україні;
- реалізувати авторське соціологічне дослідження, щодо функціонування соціальних підприємств в сучасних умовах.

Практична значимість дослідження. Актуальність теми бакалаврської роботи полягає в тому, що розвиток соціального підприємництва відповідає умовам сьогодення, поєднуючи соціальну місію організації з притаманною бізнесу дисципліною, інновацією та рішучістю. Розвиток соціального підприємництва є важливим чинником підвищення рівня потенціалу господарського розвитку регіональних соціально-економічних систем і становить пріоритет стратегії їх соціального та економічного розвитку. Практична актуальність дипломної роботи полягає в актуалізації пошуку форм і

методів поширення соціального підприємництва, у визначенні організаційних і технологічних перспектив поширення соціального підприємництва. З іншого боку, затребуваність соціального підприємництва обумовлена необхідністю якнайширшого залучення соціально незахищених верств населення до активної господарської діяльності.

Структура роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку джерел та наукової літератури. Загальний обсяг роботи складає 91 сторінка, з яких основного тексту – 70 сторінок. Список джерел та наукової літератури налічує 65 позицій. Решту сторінок займають додатки, а саме програма соціологічного дослідження та транскрибування інтерв'ю.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1 Поняття «соціальне підприємництво» в соціогуманітарному дискурсі

Соціальне підприємництво визначається як інноваційна форма діяльності, що поєднує підприємницький дух і соціальну місію з метою вирішення конкретної соціальної проблеми. Основним завданням соціального підприємництва є не здобуття прибутку, а виробництво товарів або послуг, спрямованих на розв'язання соціальної проблеми [41, с. 112-117].

Слово «підприємництво», будучи складним поняттям, несе в собі ряд суперечностей: з одного боку, йдеться про «соціальне», належить до суспільної сфери, діяльності, а з іншого - це асоціації з бажанням лише отримувати прибуток. З позитивного боку, воно асоціюється з особливою здатністю відчувати і використовувати можливості поєднанням нестандартного мислення та прагнення створити або принести в життя щось абсолютно нове[53].

Щоб розкрити глибше сутність явища соціальне підприємництво, звернемося до історичного дискурсу трактування *підприємницької функції у суспільстві*. Свого часу, Жан-Батист Сей на початку ХІХ століття описував підприємця як людину, яка «переводить економічні ресурси з області низької продуктивності в область високої продуктивності і більш високої прибутковості», таким чином, розширюючи буквальний переклад слова з французької «той, хто вживає», щоб включити в поняття концепцію створення цінностей [58].

Сто років потому, Йозеф Шумпетер, австрійський економіст, визначив підприємця як головну силу, що рухає економічний прогрес. Він стверджував, що без підприємців економіка була б статичною, не змінювалася структурно і схильна до занепаду. Згідно з Шумпетером, успішне підприємство створює ланцюжок подій, що змушує інших підприємців приймати нововведення і

використовувати їх у своїй діяльності. Цей процес триває, поки, нарешті, нововведення не досягає «творчої руйнації», стану, коли нове підприємство та всі пов'язані з ним підприємства починають реплікувати існуючий товар, послуги та бізнес-моделі. [60, с. 20-27].

Аналіз Шумпетера поміщає підприємництво в систему, яка надає ролі підприємця парадоксальний зміст - як руйнівний, так і творчий. Шумпетер розглядає підприємця як джерело змін усередині великої економіки.

Розвиваючи ідеї Й. Шумпетера, американський фахівець з управління Пітер Друкер не розглядає підприємця як обов'язково безпосереднє джерело змін, а скоріше як людину, яка вміло і активно використовує зміни. На думку Друкера, «підприємець завжди шукає змін, реагує на них і використовує їх, як можливість», це положення отримало розвиток в роботах І. Кірцнера, який визначає «пильність» як основну якість підприємця [59].

Незалежно від того, чи розглядається підприємець як новатор або як той, хто першим використовує зміни, теоретики повсюдно пов'язують підприємництво з можливостями. Підприємцям приписують виняткову здатність бачити і використовувати нові можливості, активність і мотивацію, які необхідні, щоб знаходити ці можливості і рішучість у прийнятті неминучих ризиків.

Україна не має законодавчого затвердження для термінів «соціальне підприємництво», «соціальне підприємство» і «підприємство соціальної економіки». Тому можна зробити висновок, що в Україні немає офіційного визнання соціальних підприємств та соціального підприємництва. Однак існують принципи в різних нормативно-правових документах, що дозволяють створювати підприємства, які, за міжнародними стандартами, можна класифікувати як соціальні. Термін «соціальне підприємництво» є новим для української практики і має широкий спектр трактування. Соціальне підприємництво знаходиться на перетині традиційного підприємництва та благодійності: воно відрізняється від першого за своїми цілями - спрямованістю

на соціальні зміни та вирішення соціальних проблем, а від другого - комерційним характером діяльності (цілі досягаються шляхом організації підприємницької діяльності, а не за допомогою разових благодійних внесків). Визначення соціального підприємця описує його як суб'єкта, що усвідомлює соціальну проблему і використовує принципи підприємництва для організації та управління підприємством з метою вирішення цієї проблеми або досягнення соціальної зміни. [55].

Для того, щоб зрозуміти, які відмінності між підприємництвом і соціальним підприємництвом, важливо відмовитися від уявлення про те, що відмінності можна описати виключно за допомогою мотиваційних чинників, припустивши, що підприємцями керує жадоба грошей, а соціальними підприємцями - альтруїзм. Правда полягає в тому, що підприємців рідко приваблює можливість збагачення, оскільки на шляху до процвітання їх чекає безліч перешкод. Навпаки, і підприємець, і соціальний підприємець керуються можливістю, яку вони бачать, невпинно слідуючи своїм ідеям, і отримують значне психологічне задоволення в процесі втілення своїх ідей в життя. Незалежно від того, чи працюють вони в умовах ринку або в некомерційному секторі, більшість підприємців так і не отримують гідної матеріальної компенсації за той час, ризики, зусилля і капітал, які вони вкладають у свою справу [58, с. 6-15].

Основна різниця між традиційним підприємництвом і соціальним підприємництвом полягає у визначенні цінностей. Для підприємця цінність створюється і організовується з орієнтацією на ринки, які зможуть швидко прийняти новий продукт або послугу, та сприяти отриманню фінансового прибутку. Перш за все, підприємець та його інвестори очікують отримати особистий дохід від своєї роботи. Прибуток є необхідною умовою і основою для стійкості будь-якого підприємства, а також засобом досягнення кінцевої мети - успішного входу на великий ринок і встановлення нової системи рівноваги.

Соціальний підприємець не сподівається та не прагне досягти значного фінансового прибутку для своїх інвесторів, які переважно є благодійними або державними організаціями, або для себе особисто. Замість цього, його головною метою є трансформація соціального ландшафту на велику шкалу, що суттєво впливає на значну частину суспільства або суспільство в цілому. Відмінності визначення цінності в підприємництві полягають у тому, що підприємець сподівається, що ринок винагородить інновації та забезпечить інвесторам прибуток, тоді як для соціального підприємця цінність полягає у служінні соціально вразливому та бідному населенню, якому не вистачає власних фінансових ресурсів або політичної волі для досягнення позитивних змін. Це не означає, що соціальні підприємці завжди уникають отримання прибутку в результаті створених цінностей [56].

Звичайно, підприємства, які створюють соціальні підприємці, будуть приносити прибуток і можуть бути організовані як неприбуткові організації (НПО) або комерційні підприємства. Проте, соціальне підприємництво відрізняється за своєю роллю у змінах у суспільстві, яку професор Грег Діс називає «результатом, пов'язаним з місією». Можна виділити *три основні компоненти соціального підприємництва*:

- 1) виявлення стійкої, але несправедливої рівноваги, що призводить до виключення, маргіналізації або страждань певної групи людей, які не мають достатніх фінансових ресурсів або політичної волі для самостійної зміни ситуації.

- 2) виявлення можливостей в межах цієї несправедливої рівноваги, створення соціальної цінності та використання особистих якостей, таких як натхнення, творчий підхід, рішучість, сміливість і наполегливість, для того, щоб змінити існуючий стан речей.

- 3) створення нової стійкої рівноваги, яка дозволяє розкрити потенціал або полегшити страждання цільової групи, шляхом створення аналогів і

побудови стійкої екосистеми на основі нової рівноваги, що забезпечує краще майбутнє для цільової аудиторії та суспільства в цілому [49].

Слідуючи концепції засновника теорії змішаної вартості, Джеда Емерсона, саме вона є основою соціального підприємництва. Вчений пояснює це явище як комплекс соціальних та економічних елементів. «Питання полягає не в тому, що обирати — створення економічного багатства або соціальне удосконалення, а у тому, щоб створювати цінності та використовувати ресурси для збільшення благ за безперервного виробництва обох їх видів (економічних і соціальних)» [61]. Існує декілька способів пояснення феномену «соціального підприємства». Описані нижче підходи дають можливість наблизитись до розуміння терміну «соціальне підприємництво» звертаючи увагу більше на соціальну складову.

Перший з них має назву «широкий» та демонструє більшою мірою соціальну складову, тобто прагнення підприємців досягати вирішення соціальної проблеми. Прихильниками даного підходу є Г. Морт, Е.Шоу, Дж. Вірварден.

Другий – «комбінований», який поєднує соціальну складову з одночасною прагненням та потребою соціальних підприємців отримувати прибуток за свою працю. Цей підхід був досліджений такими вченими, як Я. Рогалін, Дж. Робінсон та А. Макміллан.

Третій – «інноваційний», серед представників виділяють Е. Нобоа, Дж. Мейра та Х.Стівенсона. Цей підхід акцентує увагу на значущості інновацій у менеджменті підприємств і є менш універсальним в порівнянні з комбінованим підходом, оскільки він відповідає обмеженому колу соціальних підприємств.

Четвертий – «проблемно-орієнтований», представники якого - К. Лідбітер, Ф. Шваба. На їх думку, соціальне підприємство має мати вузько направлену мету, певну соціальну проблему, для вирішення якої відбувається його діяльність [42].

Описані підходи дають можливість наблизитись до розуміння терміну «соціальне підприємництво» звертаючи увагу більше на соціальну складову, проте аби детальніше охарактеризувати поняття, необхідно розглянути сенс і слова «підприємництво». Підприємництво є окремою формою бізнесу, особливістю якого є наявність інноваційної складової, націленої на збільшення прибутку, порівняно з традиційним бізнесом [58]. Особливістю підприємництва є й додатковий дохід, який отримує власник в якості компенсації за ризик, якому він піддає власні інвестиції та інші ресурси. Це «підприємницький дохід» і його виділяють як другу частину доходу понад нормального доходу від бізнесу [61].

Враховуючи попередні дані, можна охарактеризувати соціальне підприємництво як механізм, що містить інноваційну, фінансову, господарську складову та націлений на вирішення певної соціальної проблеми. Також, соціальне підприємництво властиве й державному сектору, на вирішення якому можуть бути надані соціальні проблеми, що не здатний розв`язати приватний бізнес. Тобто, можна вважати соціальне підприємництво доволі широко охоплюючим інструментом для вирішення нагальних соціальних питань, що крім окремих інвесторів залучає до співпраці і державний сектор. Крім вже зазначених, основним є і визначення Г.Діза, що наголошує на важливості соціальних підприємців через важливість їх ролі у реформації соціальної сфери: «ухвалення місії, що має соціальну (а не лише приватну) цінність; визнання і невпинного пошуку нових можливостей для служіння цій місії; участі у неперервному процесі інновацій, адаптації та навчання; сміливих дій, які не обмежуються ресурсами, наявними на цей момент; демонстрації підвищеного почуття відповідальності перед цільовою аудиторією та готовності звітувати про досягнуті результати» [13].

У Європі та, зокрема у Великобританії, використовували таке поняття: «Соціальне підприємство – юридично зареєстрована організація, яка перебуває у спільній власності та контролюється членами цієї організації на принципах

рівності у власності. Підприємство здійснює комерційну діяльність, створює соціальну цінність, зменшує вплив від власної діяльності для екології. Соціальна цінність та екологічна безпека є невід’ємною частиною діяльності соціального підприємства, або ж на їхнє досягнення підприємство скеровує частину прибутку» [44]. «Соціальне підприємництво – це процес, за допомогою якого особи будують або трансформують інституції для просування певних рішень соціальних проблем» [55]. «Соціальні підприємства – основні суб’єкти діяльності, які займаються економічними, соціальними проблемами, проблемами довкілля, що виникають у суспільстві. Тому соціальні підприємства існують на перетині різних видів меж: секторальних (державного, бізнесу, кооперативів, асоціацій), ресурсів (отримуючи їх із ринку, державного замовлення, грантів, філантропії) і сфер діяльності. Соціальна місія соціальних підприємств визначає сферу діяльності, у якій вони діють, починаючи від більш традиційних (доступ до соціальних послуг і охорони здоров’я, інтеграції через працевлаштування) до найбільш інноваційних (міграція, старіння, фінанси, енергетика і транспорт, система постачання продуктів харчування, економіка замкненого циклу, економіка спільного споживання тощо)»[62].

Соціальне підприємництво – це підхід стартап-компаній та підприємців, в рамках якого вони розробляють, фінансують та впроваджують рішення соціальних, культурних чи екологічних питань. Ця концепція може бути застосована до широкого кола організацій, які залежать від розміру, цілей та переконань. Для підприємців-підприємців зазвичай вимірюють результативність, використовуючи такі показники, як прибуток, доходи та підвищення цін на акції. Однак соціальні підприємці або неприбуткові, або поєднують цілі з прибутком з позитивним «поверненням до суспільства». Тому вони повинні використовувати різні показники. Соціальне підприємництво, як правило, намагається досягти широких соціальних, культурних та екологічних цілей, часто пов’язаних з добровільним сектором [61]. Проте, іноді соціальні підприємства можуть

існувати не як прямий механізм вирішення соціальної проблеми, а опосередковано, тобто діяти в середині звичайного підприємства. Наприклад, забезпечувати робочі місця людям з особливими потребами у місцевих ресторанах, або культурних закладах. З 2010-х років поточним та майбутнім соціальним підприємцям сприяє підтримка через мережу Інтернет, де можуть розміщуватись форуми, спеціальні сайти, націлені на згуртування зацікавлених осіб та комунікацію як між собою та з «цільовою аудиторією» - соціальною групою, проблеми якої має намір вирішити бізнес, так і з потенційними інвесторами, без залучення яких навряд відбудеться успішна діяльність соціального підприємства.

Сьогодні немає єдиного загальноприйнятого підходу до визначення поняття «соціального підприємництва». Визначення цього терміну залежить від підходу, який використовується дослідником. Розгляд цього поняття може мати економічну або соціологічну спрямованість. З мого боку, найбільш повне визначення соціального підприємництва відображає його сутність як підприємницької діяльності, спрямованої на пом'якшення або вирішення соціальних проблем, і характеризується наступними основними ознаками: соціальний вплив, інноваційність, самофінансування і фінансова стійкість, масштабованість та підприємницький підхід. Соціальне підприємництво передусім є бізнесом, який поєднує комерційну діяльність з соціальною метою (місією) та розподілом частини прибутку на соціальні цілі.

1.2 Історичний дискурс становлення соціального підприємництва

Популярність концепції соціального підприємництва зародилася в середині ХХ століття з появою книги Х.Боуена «Соціальна відповідальність бізнесу» (1953 р.). Однак коріння цієї ідеї можна прослідкувати кілька століть раніше в традиціях релігійних організацій, кооперативному русі та благодійних

підприємствах. Деякі відомі першопрохідці соціального підприємництва існували ще до його концептуалізації: Флоренс Найтінгейл (засновник першої школи медсестер), Роберт Оунен (творець кооперативного руху), Віноба Бхав (ініціатор руху в подарунок на землю в Індії) та Марія Монтесорі, засновник інноваційної методики навчання та виховання, спрямованої на лікування дітей з різними когнітивними відхиленнями, включаючи психічні захворювання [55, с.19-24]. Соціальне підприємництво одночасно є еволюційним і революційним явищем. Воно розвивалося протягом століть як гібридна співпраця між комерційними компаніями та некомерційними організаціями, але водночас пропонує інноваційний підхід та ідеї створення додаткової вартості для всіх зацікавлених сторін - споживачів, власників бізнесу та суспільства в цілому.

Соціальне підприємництво спрямоване на максимізацію користі для всіх зацікавлених сторін. Принципи, методи та організаційні моделі соціального підприємництва продовжують розвиватися, відображаючи прогрес технологій і вирішуючи соціальні та екологічні проблеми для все ширшого кола людей [17]. Хоча соціальне підприємництво як явище має свою недовгу історію, яка починається з кінця XIX століття до початку XX століття, його прояви можна спостерігати ще раніше. Наприклад, під час кооперативного руху, який також мав на меті вирішення місцевих проблем. Велика Британія служить прикладом для вивчення історії соціального підприємництва у цій країні. Це можна відстежити від 1649 року, коли існував рух сільської бідноти, що боровся за відміну приватної власності. Цей рух, відомий як «True Levellers», був організованим під керівництвом Джерарда Вінстенлі і вони наголошували на відсутності приватної власності на землю. Через три роки, Вінстенлі опублікував книгу під назвою "Закон свободи", в якій він описував рух «True Levellers» і їх уявлення про ідеальний світ [65, с. 3-18].

Ще одним видатним діячем, чиї ідеї покладено в основу соціального підприємництва у Великобританії, був Роберт Оуен, якого можна вважати одним

з перших, хто проводив експерименти в сфері праці. На своїх підприємствах Оуен запровадив 8-годинний робочий день, заборонив дитячу працю і створив умови праці, що відповідали людському достоїнству. Крім того, він заснував школи для дітей своїх робітників. Метою Роберта Оуена було довести, що можлива гармонія між успіхом фабрик і задоволенням працівників [18]. Також відзначимо наявність в Британії з 1852 року кредитних спілок, які надавали мікрокредити всім бажаючим. Іншим прикладом є соціальне підприємство «Nashoba», яке маво на меті боротьбу з рабством, навчання колишніх невольників та їхнє влаштування на роботу після їх викупу [18].

Перші соціальні підприємства почали виникати на початку ХХ-го століття з фонду «Ashoka», «Ten Thousand Villages» (неприбуткова організація справедливої торгівлі, яка продає вироби ручної роботи, виготовлені німецькими ремісниками з більш ніж 120 ремісничих груп з більш ніж 35 країн) та інших, тоді ж починають виникати перші статті та дослідження на цю тему. У ХХІ-ому столітті соціальні підприємства активно розвиваються загалом у європейських країнах. Тоді ж виникла потреба у створенні правової бази для соціальних підприємців і, тому, були ухвалені закони, якими стали визначені статус та характеристики соціальних підприємств [21].

Офіційне визначення соціальному підприємництву було дане в 2002 році Департаментом торгівлі та промисловості уряду Великобританії, відповідно до якого соціальне підприємництво – це бізнес, який здійснюється не стільки заради отримання прибутку для власників та акціонерів, а переслідує переважно соціальні цілі, і прибутки якого спрямовуються головним чином на розвиток цього бізнесу або на громадські справи [56].

Міністерство праці Фінляндії оперує таким визначенням: соціальне підприємство – це, в першу чергу, бізнес, як і будь-яке інше підприємство. Його мета полягає в тому, щоб отримувати прибуток, поставляючи на ринок товари і послуги. Але воно все ж відрізняється від інших, тому що принаймні 30%

співробітників такого підприємства повинні становити люди з обмеженими фізичними можливостями (інваліди), або складатися із людей з обмеженими фізичними можливостями і тих, хто довший час був безробітним. Надаючи робочі місця інвалідам і тим, хто довший час не мав роботи, соціальне підприємство допомагає творити збалансованіше, гуманніше суспільство, тобто таке, у житті якого всі можуть брати участь [64].

На території України передумови соціального підприємництва також можна простежити. Зародження соціального підприємства пов'язують з товариством «Просвіта», сформованого у 1868 р. на заході України. Діячі товариства, організовуючи мережу власних читалень, одночасно закладали при них перші найпростіші торговельні точки, магазини й позичкові товариства [2]. Одними з перших та найвідоміших реалізаторів ідеї є родина Андрія Шептицького та «Товариство цукробурякових та рафінадних заводів братів Терещенків».

Родину Терещенків називають глухівськими мільйонерами і меценатами, девізом яких було: «Прагнення до суспільної користі». Рід походить від козаків з Сумської області. Основні представники – Артем, Нікола та Федір, які прославились введенням дбайливих умов для роботи й життя робітників своїх заводів та інвестували у розбудову суспільних установ близько 5 млн крб. Це українські підприємці, історія успіху яких почалась з 1854 року, коли з'явився перший цукрозавод, у проміжку між 1879-1902 рр. Коштами Терещенків було побудовано школи, гімназії, церкви, музеї, театри, притулки для дітей, нічліжний притулок, будинок безплатних квартир для бідних удів із дітьми й одиноких літніх жінок, пологовий притулок та навіть лікарню «Охматдит», яка на той час була безкоштовною та мала власний фонд для допомоги пацієнтам [14].

Сьогодні українське законодавство (в тому числі і Закон України «Про соціальні послуги» № 966-IV від 19.06.2003 р.) не дає визначень соціальному підприємництву. Натомість, у Цивільному (ст. 85 та 86) та Господарському

кодексах України (ст. 44 та 45) зазначається, що суб'єктами соціального підприємництва можуть бути юридичні особи, метою яких не є одержання прибутку та його розподіл між учасниками. У Проекті Закону України «Про соціальне підприємство» (ст. 1) вказано, що соціальним підприємством визначається суб'єкт господарювання, утворений юридичними та/або фізичними особами, пріоритетом діяльності якого є досягнення соціальних результатів, зокрема, у сфері охорони здоров'я, освіти, науки, культури, навколишнього середовища, надання соціальних послуг і підтримки (дискусійні) соціально вразливих груп населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб) [7]. Улітку 2012 року цей законопроект був поданий на розгляд до Верховної Ради, однак пізніше був відхилений і знятий з розгляду на невизначений термін.

Поняття соціальне підприємство вкорінялося в Україні міжнародними донорськими організаціями та запропоноване громадському сектору як один із інструментів розвитку фінансової сталості неприбуткових недержавних організацій [18].

Для того щоб максимально точно охарактеризувати сутність соціальних підприємств, розглянемо критерії, які найточніше відповідають соціальному підприємству:

- соціальний вплив (спрямованість на розв'язання або пом'якшення конкретної соціальної проблеми).
- соціальний ефект є цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності (не варто ототожнювати з соціальною відповідальністю підприємств). Соціальні цілі повинні бути прописані в статуті підприємства або в інших установчих документах, які приймаються засновниками і є обов'язковими для виконання;
- інноваційність (застосування нових підходів, нових способів вирішення як старої, так і новоутвореної соціальної проблеми);

- прибутковість і фінансова стійкість (незалежність від зовнішнього фінансування). Головне завдання кожного підприємства – традиційного або інноваційного в отриманні прибутку. Головна мета соціального підприємства полягає в тому, щоб самостійно заробити (а не отримати кошти від спонсорів-благодійників) і самостійно витратити зароблені кошти на вирішення запланованих соціальних цілей [58].

Прибуток не підлягає розподілу у приватних цілях:

– демократичне управління. Цей критерій ще раз підтверджує відмінність соціального підприємства від соціально-відповідального аналога. До процесу прийняття рішень залучаються всі зацікавлені сторони, що ілюструє відкритість і прозорість роботи соціального підприємства. Демократичне управління легко застосовується у соціальних підприємствах, створених громадськими організаціями, найвищий орган правління яких – загальні збори. Також форма кооперативу може забезпечувати демократичне управління, оскільки діє схема 1 акціонер – 1 голос [56];

– реінвестиція доходу в бізнес або на соціальні цілі.

Можна виділити наступні підходи для реінвестування прибутку:

1) весь прибуток реінвестується в розширення діяльності. Такий підхід притаманний соціальним підприємствам, які створені людьми з особливими потребами чи соціально-вразливими категоріями людей для працевлаштування;

2) частину прибутку реінвестується, частина йде на соціальні цілі. Такий розподіл характерно для соціальних підприємств, створених громадськими організаціями або благодійними фондами. Та частина, яка призначена на соціальні цілі, перераховується громадською організацією. Ця схема є найпоширенішою у світі, оскільки сприяє розвитку комерційної складової і отримання кращого соціального ефекту;

3) весь прибуток іде на досягнення соціального ефекту. Цей підхід використовується в основному тандемом (громадська організація і приватне

підприємство), коли громадська організація надає в користування приватному підприємству якісь засоби виробництва (приміщення) для комерційної діяльності, а весь прибуток повертається громадській організації. Даний підхід для реінвестування прибутку є найменш поширеним [50].

Підводячи підсумок вищесказаного, характеризуємо соціальне підприємство як юридично зареєстровану організацію, діяльність якої здійснюється не стільки заради отримання прибутку, а для вирішення соціальних та екологічних проблем, і прибуток якої спрямовується головним чином на розвиток самої організації або на громадські справи.

Визнаючи важливу роль у суспільстві таких явищ, як добродійність або корпоративна соціальна відповідальність, ми в той же час зазначаємо специфічні особливості соціального підприємництва, його відмінності від інших явищ, а також те, що їх об'єднує. Соціальне підприємництво знаходиться на стику традиційного підприємництва та благодійності. Соціальне підприємництво бере від благодійності соціальну спрямованість діяльності, а від бізнесу – підприємницький підхід (табл. 1.2.1.).

Таблиця 1.2.1.

Відмінності соціального підприємства, благодійної організації і традиційного бізнесу

<i>Соціальне підприємство</i>	<i>Благодійна організація</i>	<i>Традиційний бізнес</i>
<ul style="list-style-type: none"> – соціально-орієнтована структура; – не залежить від зовнішніх джерел фінансування; – необхідний тільки стартовий капітал; – отримує дохід від власної діяльності, метою якої є пом'якшення або 	<ul style="list-style-type: none"> – соціально-орієнтована структура; – залежить від зовнішніх джерел фінансування, донорів; – отримує гранти та пожертвування, які спрямовуються на вирішення соціальних проблем; 	<ul style="list-style-type: none"> – комерційна структура; – не залежить від зовнішніх джерел фінансування; – необхідний тільки стартовий капітал; – отримує дохід від власної діяльності, метою якої є максимізація прибутку;

розв'язання конкретних соціальних проблем; – прибуток реінвестується	– немає прибутку	– прибуток розподіляється серед акціонерів.
---	------------------	---

Джерело: [37]

Таким чином, соціальне підприємництво є симбіозом благодійного і бізнес-підходів до вирішення соціальних проблем. На відміну від благодійних організацій, які є неприбутковими, соціальний бізнес приносить прибуток, який у подальшому спрямовується на вирішення соціальних проблем.

На відміну від традиційного бізнесу, який працює заради досягнення прибутку, соціальне підприємництво виконує соціальні функції і працює там, де держава працювати не може (через дефіцит фінансування), а бізнес не хоче (через низьку рентабельність). Перевагою соціального підприємництва є те, що цей підхід дозволяє вирішувати існуючі соціальні проблеми без втручання з боку держави.

1.3 Соціологічні теорії аналізу соціального підприємництва як соціального феномену

Підприємництво завжди було присутнім у житті людей як феномен, який відображався як в уяві, так і на практиці. Спочатку воно проявлялося у різних аспектах господарського процесу та забезпечення засобів існування. Історичний розвиток людства, в якому людина виступає головною продуктивною силою, завжди спонукає до пошуку нових форм організації діяльності для задоволення потреб та отримання вигоди. Однією з таких якісних форм взаємодії в господарському процесі є підприємництво, яке передбачає ефективне використання ресурсів, праці та капіталу за умови ризику з метою отримання прибутку. З плином часу і еволюцією людства, його економічної, соціальної та суспільної поведінки, з'являються нові теорії та практики підприємництва, які проникають у різні сфери життя. Однією з таких новітніх теорій, практик і

інноваційних типів підприємництва є соціальне підприємництво, яке має свою специфічну природу та особливу діяльність [44].

Концепція соціального підприємництва є результатом тривалої еволюції економічних відносин. Виникнення феномену соціального підприємництва є наслідком пошуку нових та інноваційних способів поширення благ цивілізації на більш широке коло споживачів. Щоб забезпечити логічність викладу матеріалу в статті, важливо широко охарактеризувати аспекти класичної теорії підприємництва. Це дозволить більш глибоко розглянути засади процесу еволюції теоретичних принципів соціального підприємництва.

Дискусії про підприємництво мають давню історію, їх можна простежити ще у творах древніх філософів, таких як Аристотель і Платон. Вони досліджували питання, пов'язані з організацією торгівлі, грошовим обігом та державотворенням [44, с. 3-10].

Історичний дискурс про підприємництво як форму господарювання та економічної сфери тривалий, оскільки постійно існує потреба в пошуку інновацій. Визнання підприємництва як соціально-економічного феномена являє собою процес, що пронизаний інноваційністю, який знаходить визнання як в науковому, так і суспільному контексті.

В середньовічній епосі, яка є важливим періодом у розвитку теорії підприємництва, набула значної ваги організація торгівлі, обміну та закони ринку. У цьому періоді було приділено значну увагу дослідженню економічної поведінки, проведенню торгівлі товарами та послугами, а також питанням поділу праці та спеціалізації виробництва. Підприємницькі аспекти реалізовувалися через систему натурального господарства, яке було основою економіки того часу та задовольняло основні потреби людей [41, с. 21 – 24]. Крім того, вивчення історії ринку було одним із важливих напрямків досліджень у цей період.

Класична теорія підприємництва сформувалася пізніше, у результаті тривалого розвитку держави та господарських систем. Практики підприємництва

виникли з метою знаходження ефективних шляхів створення та збільшення багатства для поліпшення матеріального добробуту людей. Існує багато теоретичних визначень поняття «підприємництво», проте всі вони зводяться до того, що підприємництво - це діяльність з виробництва товарів і послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється в умовах ризику. Це класичне положення теорії підприємництва загалом підтримується вченими [44, с. 3-10].

Проте наука постійно розвивається, а її погляди на об'єкти і явища еволюціонують. Відповідно до сучасних викликів, які стоять перед суспільством, з'являються нові, інноваційні прояви теорії та практики підприємництва. Один з таких проявів - соціальне підприємництво, яке відповідає сучасним потребам. Соціальне підприємництво впроваджує інноваційні підходи до господарської діяльності, спрямовані на розв'язання соціальних проблем та задоволення потреб суспільства.

Концепція соціального підприємництва розуміється як унікальний підхід до розуміння та визнання цієї форми діяльності як ефективного механізму для поширення благ цивілізації на широкі верстви населення.

Економічна наука та її представники вносять значний внесок у розвиток теорії соціального підприємництва, зокрема, що стосується соціальних аспектів господарювання і підприємництва. Ці аспекти, що становлять основу теоретичних та методологічних положень концепції соціального підприємництва, ретельно розглядаються та аналізуються у наукових працях.:

- А. Сміт, у праці «Дослідження про природу і причини багатства народів», висвітлював зростання продуктивності праці як фактор природного розподілу виробленого продукту між різними класами населення. У своїх дослідженнях він також звертав увагу на витрати на громадські роботи та громадські установи, які можна пов'язати з теорією підприємництва. В цій роботі також розглядаються питання, пов'язані з підприємствами та їх соціальною роллю у забезпеченні добробуту країни [44, с. 3-10];

- Т. Веблен, у своїй праці «Теорія ділового підприємства» висвітлював положення, які підтримують концепцію соціального підприємництва. Він розкривав культурні наслідки машинного виробництва та соціальні причини, що обумовлюють функціонування бізнесу [44, с. 3-10]. В своїй роботі, Т. Веблен досліджував виробничу та господарську систему як соціальну одиницю. Він висловлював дуже критичну позицію стосовно загальноприйнятої практики в капіталістичній системі, яка базується на пріоритеті особистої вигоди прийняття та реалізації суспільних рішень. Веблен наголошував, що сучасна економічна політика уряду зосереджена на захисті бізнесу та має меркантильний характер. В його дослідженнях активно обговорювалась необхідність переважання соціальних цілей підприємництва над економічними.

Праця Т. Веблена містить ідеї про соціальні відносини на підприємствах капіталістичної економіки, розуміння організації як соціальної системи, а також вплив машин і механізмів на поведінку людей. Його дослідження вносять значний вклад у розуміння соціальних аспектів функціонування підприємництва. Наприклад, Веблен зазначає, що зайнятість в машинному виробництві формує дисципліну мислення. Його робота закладає фундаментальні основи для дослідження соціальних відносин на підприємстві і відображає активну позицію, яка підтримує переважання соціальних цілей підприємства над економічними.

У праці М. Вебера «Протестантська етика і дух капіталізму» викладені соціальні ідеї розвитку підприємництва. Дослідження розглядають залежність між релігією і капіталізмом, зокрема встановлюють зв'язок між соціальним розширенням суспільства і релігійними переконаннями населення. М. Вебер підкреслює соціальну детермінацію кількості власників капіталу та підприємців, що впливає з їхньої релігійної приналежності. Це розглядається як соціальний аспект тлумачення основ соціального підприємництва [42].

Йозеф Шумпетер, як ідеолог та видатний дослідник у галузі підприємництва, розглядав концепцію соціального підприємництва у контексті

своєї теорії економічного розвитку, що базувалась на інноваціях. Він вважав, що соціальне підприємництво є соціальною функцією підприємства, результатом економічних наслідків господарювання. У своїх працях, зокрема у «Теорії економічного розвитку», він наголошував на важливості економічних та соціальних аспектів підприємницької діяльності. Згідно з Шумпетером, соціальні факти є результатом людської діяльності, тоді як економічні факти виникають внаслідок господарської діяльності, спрямованої на досягнення благополуччя. Це означає, що економічні мотиви та сили суттєво впливають на соціальне та економічне життя суспільства. Шумпетер підкреслює, що значення всіх інших товарів залежить від задоволення потреб, оскільки вони сприяють створенню споживчих товарів. Таким чином, у концепції Шумпетера підприємництво розглядається як економічна функція, результатом якої є соціальні блага, що задовольняють потреби суспільства [58].

Великий внесок у розвиток теорії соціального підприємництва та становлення його основ був зроблений видатним українським вченим М. Туган-Барановським, завдяки його активному поширенню ідей кооперації. Кооперативи відрізняються великою соціальною спрямованістю та метою, тому їх можна розглядати як соціальні підприємства або організації, що об'єднують малі власників капіталу та праці, як це відзначав філософ Р. Оуен, який підтримував та пропагував рух за кооперацію та соціальні права та блага. Висновки М. Туган-Барановського свідчать про те, що кооперація виходить далеко за межі простого виробництва, тому кооператив можна розглядати як соціальне підприємство, що базується на принципах взаємодопомоги та становить форму самозахисту для працюючих. Кооперативи прагнуть досягти не лише капіталістичного прибутку. Ці тези підтверджують те, що М. Туган-Барановський на початку 20 століття усвідомлював важливість соціальної моделі підприємництва через розвиток кооперативів. Тому його вчення стосовно розвитку соціального підприємництва, зокрема в сільському секторі економіки, можна вважати фундаментальними,

оскільки вони сприяють розширенню можливостей членів суспільства отримувати блага через кооперативи [44].

В сучасності провідним дослідником в галузі соціального підприємництва є визнаний учений та лауреат Нобелівської премії М. Юнус. Він зробив суттєвий внесок у формулювання основ соціального підприємництва як феномену та механізму, що практично сприяють підвищенню добробуту населення, особливо серед найбідніших верств, які не мають жодного капіталу, окрім власної праці.

Парадигма соціального підприємництва також отримує розвиток у зв'язку з дослідженнями таких вітчизняних науковців як: Г. Матвієнко-Беляєва: розглядає соціальне підприємництво як ефективний гібридний бізнес-феномен, вважає, що: *«соціальне підприємництво – це розвиток соціальної бізнес-ідеї, але з комерційною складовою, тобто гроші необхідні для вирішення соціальних потреб»*; *«... соціальне підприємництво формується та існує як на основі бізнес-середовища у відповідності до розвитку соціальної відповідальності підприємництва, так і відповідно до вимог соціально-економічного розвитку суспільства, виникаючи на основі некомерційної підприємницької діяльності»* [44];

І. Березняк вважає, що: *«соціальне підприємництво перебуває на стику традиційного підприємництва та благодійності»*; *«... бере від благодійності соціальну спрямованість діяльності, а від бізнесу – підприємницький підхід»* [37, с. 24-27]; М. Куц : розглядає соціальне підприємництво в широкому розумінні, як функцію будь-якого бізнесу, що спрямований на створення благ для суспільства, зазначає, що *«...будь-який бізнес можна розглядати як соціальне підприємництво з погляду інституційних схем»* [43, с.7].

Дослідження соціального підприємництва в сучасній соціально-економічній науці відзначаються своєю жвавістю та динамічністю, сприяючи якісному розширенню наших знань. Крім того, виникнення соціального підприємництва є результатом зростання добробуту людей і усвідомлення

необхідності поєднання економічного (фінансового) аспекту з соціальним. Шляхом поширення ідеї соціальної відповідальності та соціальної орієнтації у бізнесі, науковці та практики підтверджують життєздатність соціальних підприємств.

Ця сфера втілює новий підхід, в рамках якого суб'єкти господарювання не лише прагнуть досягнення прибутку, але й зосереджуються на реалізації соціальних рішень. Концепція соціального підприємництва виникла для забезпечення соціальних трансакцій, що сприяють соціальному розвитку територій, громад та самої людини. Основним пріоритетом соціального підприємництва є мотивація сприяти соціальному благу та робити внесок у громадське добро через підприємницькі зусилля. Можна стверджувати, що підприємництво є соціальним, якщо його метою є створення соціального багатства та забезпечення соціального розвитку. Більше того, соціальне підприємництво виступає як вища форма підприємницької діяльності, що виникає в епоху постіндустріального інформаційного суспільства з високим рівнем поширення знань. Для соціального підприємництва прибуток не є головною метою, особливо в разі кооперативів, які в значній мірі виступають як соціальні підприємства, орієнтовані на надання послуг.

Теорія соціального підприємництва не випадкова, а результат еволюції наукових досліджень у галузі економіки, соціології та організаційних відносин. Поняття соціального підприємництва виникло під час пошуку способів соціалізації бізнесу та встановлення механізмів, які дозволяють більш широко охопити ринок та задовольнити потреби різних сегментів суспільства. Зростання значення соціальних викликів в сучасному світі стало необхідністю у багатьох галузях, оскільки людство досягло певного рівня розвитку.

Висновки до розділу 1

Соціальне підприємництво слід охарактеризувати як підприємницьку діяльність, спрямовану на пом'якшення або вирішення соціальних проблем, і воно включає такі основні ознаки: соціальний вплив, інноваційність, самофінансування і фінансову стійкість, масштабованість та підприємницький підхід. В першу чергу, соціальне підприємництво є бізнесом, який поєднує комерційну діяльність з соціальною метою (місією) та виділенням частини прибутку на соціальні цілі.

Соціальне підприємництво отримало широке поширення, особливо в економічно розвинених країнах. Практичне втілення цього явища розпочалося в 80-х роках ХХ століття. Основна модель соціального підприємництва ґрунтується на принципах неприбутковості, і його діяльність зазвичай не має нічого спільного з економічними факторами. Теорія соціального підприємництва виникла з класичних підприємницьких ідей, альтруїстичних форм капіталізму і необхідності використання бізнесом надлишку фінансових ресурсів для загального соціального добробуту. Розвиток соціального підприємництва та теоретичні засади цього явища можна розглядати як дві окремі теорії: теорію соціальних аспектів розвитку традиційного підприємництва (економічне і господарське значення) та теорію соціального підприємництва (безпосереднє вирішення соціальних проблем).

Хоча соціальне підприємництво має значний практичний розвиток, на теоретичному рівні йому ще не вдалося досягти подібного прогресу. Майбутні дослідження мають бути спрямовані на встановлення зв'язку між соціальним підприємництвом як новою дисципліною та загальною теорією підприємництва. Дослідники також повинні зосередитися на формулюванні нових дослідницьких питань, які мають важливе значення для різних сфер, що перетинаються з соціальним підприємництвом, включаючи соціальні інновації та управління некомерційними організаціями.

РОЗДІЛ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

2.1 Функціонування соціальних підприємств в умовах сучасної України: емпіричний вимір

Мета створення бізнесу є основною відмінністю класичного підприємства від соціального. У першому випадку підприємство створюється з метою збагачення, у другому - для вирішення соціальних завдань. Для бізнесу соціальна діяльність є побічною, тобто спеціальний фонд був створений після того, як накопичилися надлишки прибутку. Для соціального підприємництва це не побічна діяльність, а основна. Так, якщо бізнес систематично віддає 10 % доходу на соціальні потреби, це не означає, що він є соціальним. У цій ситуації краще казати про податкове вирахування в межах діяльності з корпоративної соціальної відповідальності.

На сьогоднішній день в Україні, на жаль, ця діяльність ще нелегалізована. Це означає, що вона юридично не визнана у правовому полі. Не дивлячись на це, соціальне підприємництво існує та досить успішно функціонує як в інших країнах, так і в Україні.

Незважаючи на відсутність єдиного погляду та визначення соціального бізнесу в експертному, науковому та правовому полі України, це явище все ж існує та розвивається в українському суспільстві. Відсутність єдиного погляду призводить до значних кількісних та якісних розбіжностей у дослідженнях та висновках.

Навіть розбіжності у визначенні соціального бізнесу в національних законодавствах країн Європи не завадили зібрати статистику про масштаб цього явища. На сьогоднішній день у Європі функціонує понад 2 мільйони соціальних підприємств, які забезпечують роботу майже 11 мільйонам працівників (що

становить 6% від загальної кількості працюючих у регіоні), що складає 10% від всього європейського бізнесу [13].

Велика Британія вважається лідером у розвитку соціального підприємництва в Європі, де працює близько 70 тисяч соціальних підприємств, які забезпечують роботу майже мільйону британців. Внесок цих підприємств у економіку становить понад 24 мільярди фунтів стерлінгів. За результатами 2019 року, 68% соціальних підприємств підтримують людей з уразливих груп, 44% працевлаштовують такі люди, а 28% діють у найбільш депресивних районах країни [13].

У Польщі налічувалося 29 535 соціальних підприємств у 2019 році, де працювало 428,7 тисяч осіб, а в Сербії за даними 2015 року в соціальних підприємствах зайнято 4273 працівників (0,25% від загальної кількості працівників у країні)[13].

На даний момент немає повної статистики, яка б змогла описати масштаб соціального підприємництва в Україні. Каталог соціальних підприємств 2016-2017 років, що був опублікований у рамках проекту «Соціальні підприємства в Україні» громадської організації «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери "СОЦІУМ-XXI», за фінансової підтримки Western NIS Enterprise Fund, містить інформацію про 150 соціальних підприємств в Україні. З 2008 по 2017 рік було створено 112 соціальних підприємств, з яких 66 було зареєстровано у 2015-2016 роках. З 78 соціальних підприємств 15 мали від 6 до 10 працівників, у 26 - від 11 до 20 працівників, а в 4 - понад 100 працівників. Лише 10 соціальних підприємств могли функціонувати завдяки підтримці волонтерів. Варто зазначити, що Каталог містить тільки самозаявлені підприємницькі ініціативи, які вважають себе соціальними підприємствами [13].

» ОРІЄНТОВНА ДИНАМІКА РОСТУ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

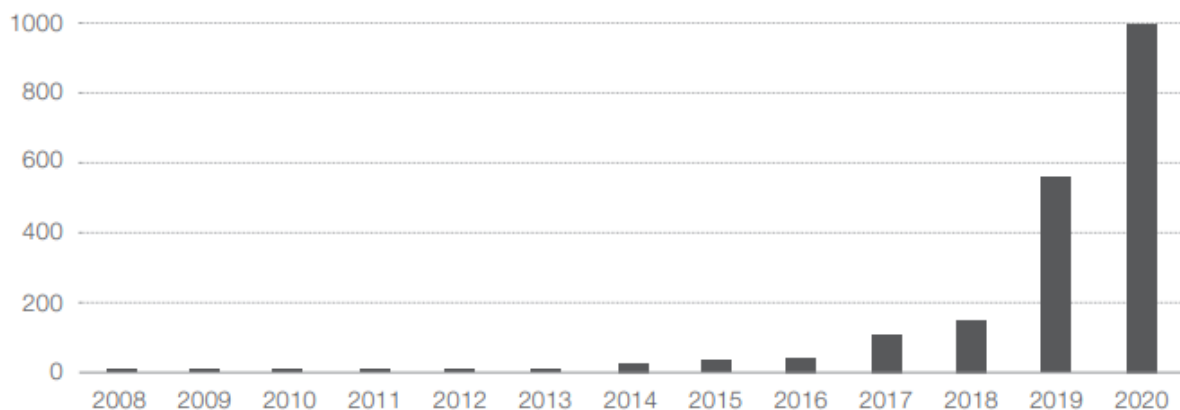


Рис. 2.1.1 Орієнтовна динаміка росту соціальних підприємств [13]

Згідно з базовим дослідженням з 2020 року та аналізом інших аналітичних та статистичних джерел, в Україні в даний час існує приблизно 1000 соціальних підприємств. Протягом 6-річного періоду з 2014 по 2020 рік спостерігається значний приріст кількості соціальних підприємств (82%). Цей ріст можна пояснити соціально-економічною кризою, що виникла внаслідок політичної та геополітичної ситуації в країні, зокрема військовим конфліктом на Сході України, анексією Криму та появою нових категорій осіб, які потребують соціальної підтримки, таких як біженці з Криму та Донбасу, ветерани АТО. Крім того, спостерігаються економічна стагнація, зростання інфляції та інші фактори. У зв'язку з цим, виникла загальна потреба у пошуку альтернативних джерел фінансування та допомоги для вирішення соціальних проблем найбільш уразливих громадян [13].

Створення нових соціальних підприємств стало інструментом, який частково допомагає вирішувати ці соціальні проблеми. Головним механізмом створення нових соціальних підприємств стала економічна самозабезпеченість нових соціально незахищених верств населення - внутрішньо переміщених осіб,

переселенців з Криму, ветеранів АТО, які об'єднались з метою вирішення власних соціальних та економічних проблем.

Соціальні підприємства поширені по всій Україні. Найбільша кількість соціальних підприємств знаходиться у місті Київ (20%), Львівській (10%), Полтавській (6%), Донецькій (6%), Київській (5%), Запорізькій (5%) та Харківській (4%) областях. Менша кількість соціальних підприємств присутня у Волинській області.

Після початку війни, відомий ресторатор Євген Клопотенко відкрив у Львові заклад під назвою «Інші». Він не офіційно класифікував його як соціальний бізнес, але ресторан має відповідну модель, яка забезпечує безкоштовні страви тим, хто не може оплатити. Ця соціальна цінність створюється за рахунок клієнтів, які готові заплатити, а також через пожертви та благодійні внески. Крім того, ресторан надає робочі місця внутрішньо переміщеним особам, що також можна вважати одним з критеріїв соціального підприємництва [34].

Тисячі підприємств відзначають, що вони перераховують певний відсоток від свого доходу або прибутку на підтримку армії, гуманітарних проектів або інших соціальних ініціатив. Фактично, вони займаються соціальним підприємництвом, поєднуючи бізнес та допомогу суспільству. Потрібно, щоб ця тенденція не зникла, а стала нормою як після війни. Для цього нам потрібно почати використовувати термінологію, яка вже закріпилась у світовому економічному дискурсі. Це дозволить нам ефективніше пояснювати суть цього процесу всім сторонам, швидше залучати ресурси та краще просувати цей ідеал. Таким чином, бізнес з соціальною метою називається соціальним підприємництвом, а люди, які займаються цим, відомі як соціальні підприємці [33].

Більшість соціальних підприємств спеціалізується на таких сферах діяльності, як працевлаштування соціально незахищених верств населення,

генерування фінансів для соціальних проектів та реінвестування у власну діяльність. Крім того, вони приділяють значну увагу залученню молоді, вирішенню гендерних питань та іншим соціальним викликам. Важливо зазначити, що соціальні підприємства часто працюють в різних сферах одночасно, і не існує жорсткого розподілу за видами діяльності серед них [12]. Ось на рисунку 2.1.2 можна побачити основні види діяльності соціальних підприємств.

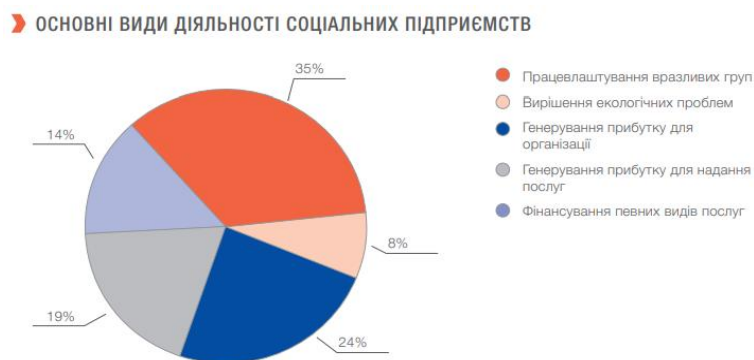


Рис. 2.1.2 Основні види діяльності соціальних підприємств [13]

Функціонування соціальних підприємств в умовах сучасної України я хочу розглянути на прикладі соціальної пекарні «Good bread from Good People». У соціальній пекарні «Good bread from Good People» працюють люди з особливими потребами, які займаються випіканням кексів та доставкою їх покупцям. Трудове влаштування людей з інвалідністю в Україні є вкрай важким завданням. Владислав Малащенко, засновник «Good bread from Good People», вирішив змінити цю ситуацію. В грудні 2016 року в нього з'явилася ідея відкрити пекарню, де б було можливість працевлаштувати хоча б кількох людей з інвалідністю. Підприємець відразу запланував, що відкритися потрібно до вересня, але на той момент ні бізнес-плану, ні інвестицій у засновника соціального підприємства не було. Допоміг випадок: Влад дізнався про те, що освітній центр для підприємців Startup Ukraine розігрує гранти на навчання. Він подав заявку, а через пару днів дізнався, що виграв і став студентом [13].

Навчання зайняло три місяці, там Владислав знайшов потрібні контакти, нові знайомства, а до всього іншого знайшовся і інвестор, і вже з липня по вересень підприємець став шукати приміщення і набирати персонал. Тоді й почалася історія пекарні «Good Bread from Good People». В 2017 році в Києві Владислав Малащенко відкрив соціальне підприємство – пекарню, де люди з особливостями розвитку печуть кекси і мафіни, поруч знаходиться супроводжуючий педагог, який підтримує і допомагає. Продукція відправляється на полиці кав'ярень або до замовника кур'єром. У травні 2018 року по соціальній франшизі відкрита така ж пекарня в Вінниці, планується – у Львові і в Хайфі (Ізраїль).

У Києві існує благодійне товариство під назвою «Джерела», яке надає допомогу людям з інвалідністю, і перший персонал пекарні походить з цієї організації. До складу команди також приєдналася супроводжуючий педагог Оксана, яка відповідає за керування процесами на кухні, організацію роботи працівників та їх підтримку.

На початку проекту одним з головних завдань було надати робочі місця молодим фахівцям, але, на жаль, виявилось, що вони не мали необхідних навичок для роботи. У вересні 2017 року пекарня мала чотирьох пекарів, які не справлялися зі своїми обов'язками. Тоді пекарню запросили прийняти участь у "Кураж Базарі", і засновник пекарні звернувся до Оксани, яка була матір'ю одного з працівників, з проханням допомогти. В результаті вона приєдналася до команди й залишилася на постійній основі.

Засновник пекарні витратив всі початкові інвестиції (приблизно 100 тис. грн) на оренду приміщення, обладнання та заробітну плату персоналу. У невеликому орендованому цеху були лише два столи та шафа, а в кухні була одна витяжка. Згодом знадобилося придбати додаткові холодильники та печі. Оскільки не було підходящої краудфандингової платформи, засновник соціального підприємства розмістив пост у Facebook з банківськими реквізитами

і в результаті зібрав утричі більше коштів, ніж планував - 106 тис. грн. За отримані кошти було придбано ще одну піч, холодильник і оплачено оренду на кілька місяців вперед.

До січня 2018 року в пекарні працювала команда з семи осіб з особливими потребами, які виконували обов'язки пекарів та кур'єрів. Вони готували різні види кексів, такі як шоколадні, бананові, імбирні, що коштували від 190 до 250 грн.

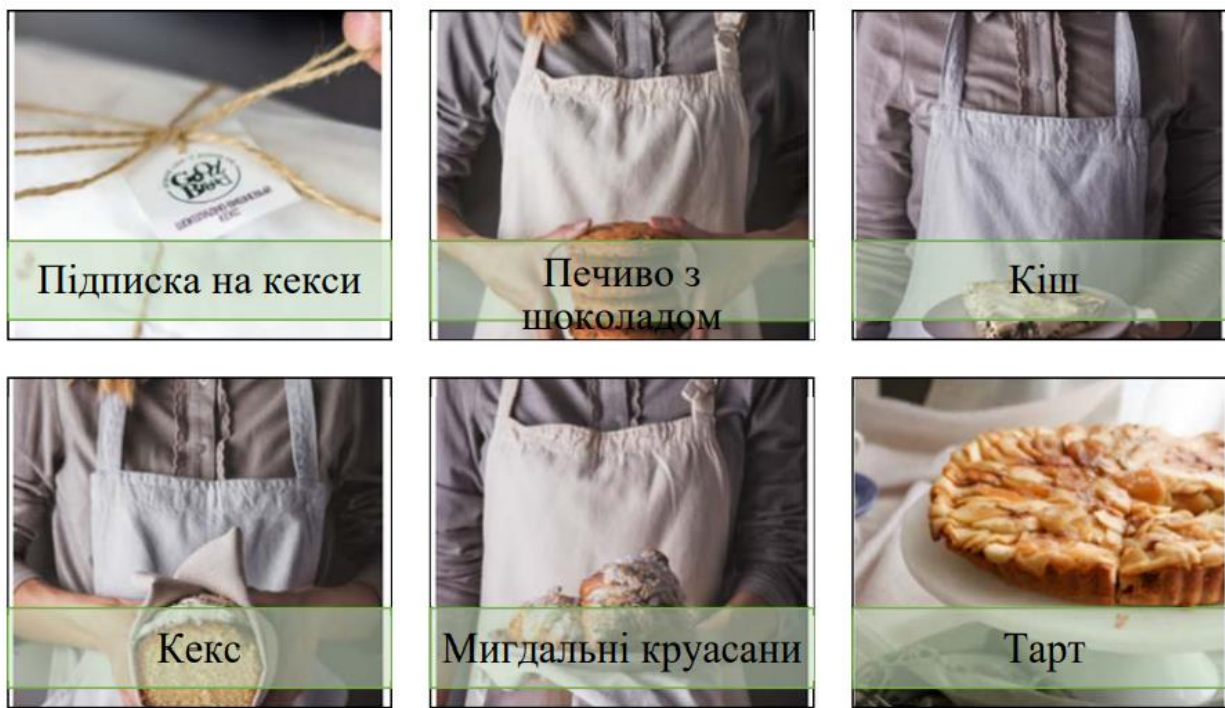


Рис. 2.1.3 Початковий асортимент продуктів пекарні «Good bread from good people» [33]

Поступово компанія розширювала свій асортимент і сьогодні в ньому налічується 35 найменувань.

Компанія передає свої продукти тим, хто їх потребує або кого вони можуть порадувати. Це мешканці Будинку ветеранів сцени, Інститут раку, лікарні та психоневрологічні інтернати, хоспіси та точки роздачі обідів для нужденних.

Таке розширення асортименту відбулося завдяки успішно проведеним краудфандинговим заходам. Завдяки чому було зібрано 331 тис. грн., які було

повністю витрачено на розширення діяльності. Наочно розподіл зібраних коштів представлено на рис. 2.1.4

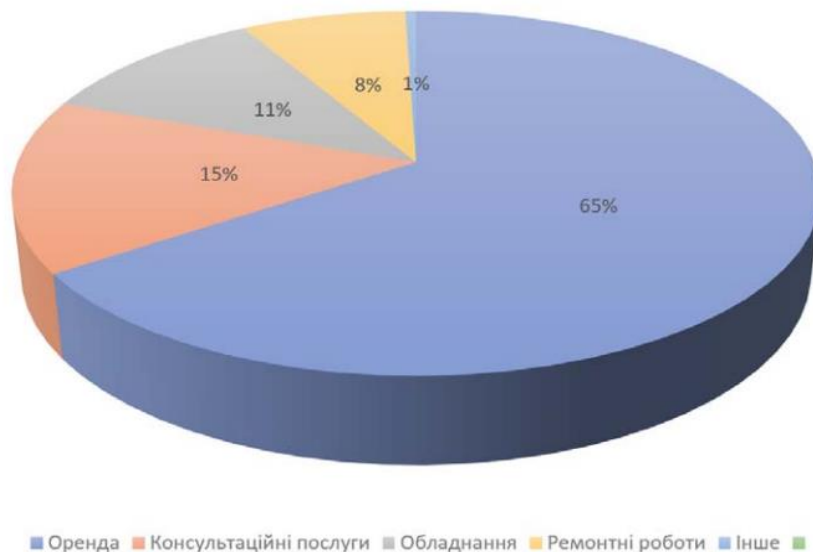


Рис.2.1.4. Структура витрат компанії [33]

Як можна побачити, найбільша частина витрат підприємства припадає на оплату оренди приміщень, а також на консультаційні послуги з питань законодавства в сфері соціального підприємництва та фінансових проблем. Управління бізнесом здійснюється шляхом функціонального розподілу обов'язків, а структура організації може бути описана як лінійна.

В даний момент у компанії працює 35 осіб з ментальними розладами, кожен з них має можливість самореалізуватися та соціалізуватися. В пекарні створені спеціальні умови, де кожен співробітник працює у відповідності до своїх сильних сторін. Той, хто вміє пекти, займається пекарською справою під наглядом тьютора, який є фахівцем з реабілітаційної роботи і пекарем. Інші співробітники, які більш соціалізовані, працюють кур'єрами або адміністраторами. Керівництво підприємством здійснює директор, є спеціаліст по роботі з персоналом, соціальними мережами та PR. З моменту створення соціального підприємства, на його запуск і розвиток було зібрано 300 000 гривень допомоги від приватних

донорів, партнери вклали в проект 20 000 доларів, а також отримано 3200 доларів від патронів на краудфандинговій платформі Patreon.

У 2019 році завдяки отриманим коштам проект зміг розширити свої виробничі потужності і переїхати до нової пекарні, збільшивши площу цеху з м² до 140 м².

На сайті проекту для клієнтів була розроблена та запропонована можливість не тільки купити, але і «підвісити» кекси для тих, хто більше потребує. А також, розширені можливості допомогти проекту оформивши підписку на кекси (5, 10 або 30 шт) або ставши патроном пекарні на краудфандинговій платформі Patreon [33].

Крім основної місії проекту, підприємством були організовані стабільні збори та доставка необхідних речей і техніки для мешканців інтернатів. Ініціатива «підвішених кексів», а також ряд цільових заходів проекту зі збору змогли дати можливість стабільно доставляти продукцію пекарні до психоневрологічних інтернатів, пунктів обідів фонду проекту «Життєлюб», до Інституту раку і Будинку ветеранів сцени.

Підприємство «Good bred from good people» функціонує на ринку послуг поза домашнього харчування, але зазнає тиску з боку ринку кондитерських виробів. Тому ринковий аналіз варто почати з цієї галузі. Кондитерська промисловість в Україні значно змінилася, переважно через економічну кризу, девальвацію гривні, зниження купівельної спроможності населення, зростання цін на товари та війну на Сході України, що призвело до втрати бізнесу певними власниками. Збереження позитивної динаміки розвитку галузі в умовах жорсткої конкуренції з провідними світовими виробниками на внутрішньому ринку може бути можливим лише за умови підвищення конкурентоспроможності національних підприємств та їх стабільних конкурентних позицій. У той же час монополізація ринку обмежує розвиток малого та середнього бізнесу. Вони просто повинні покинути ринок через слабку конкурентоспроможність. В

результаті показники безробіття та бідності зростають, варіанти зникають, а ціноутворення повністю зосереджене в руках монополістів [33].

Конкурентоспроможність продукції українських підприємств є однією з головних причин кризових явищ, що спостерігаються в національній економіці. Завдання забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної економіки залишається одним із найактуальніших за всі роки незалежності України. Наша країна продовжує залишатися серед аутсайдерів у всіх світових рейтингах, значно відстаючи як за кількісними, так і якісними макроекономічними параметрами, а також за станом ділового середовища не лише від розвинених країн, а й від країн з перехідною економікою [22].

Конкуренція на ринку стає жорсткішою. Виробники змагаються за більш сприятливі умови виготовлення та реалізації продукції, за найвищий прибуток та інші переваги. Тому існує необхідність у постійному пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Компанія створює можливості працевлаштування людей із ментальними розладами (розумова відсталість, аутизм і синдром Дауна). В Україні такі люди не можуть повноцінно працювати і заробляти. У них немає ніяких занять, вони відчують себе абсолютно непотрібними.

Вирішення цих важливих завдань суттєво ускладнилося у 2020 році після початку пандемії. Адже саме сфера громадського харчування зазнала за оцінками кабінету міністрів України найбільшого падіння – 82%.

Для підтримки конкурентоспроможності та фінансової стійкості, а також для розвитку виробничо-господарської діяльності підприємства і недопущення кризових ситуацій необхідно удосконалювати, а на деяких підприємствах фактично запроваджувати стратегічне управління, де вихідним елементом є формування або удосконалення конкурентних стратегій. У сучасних умовах вони можуть бути дієвим засобом подолання кризи, мінімізації її наслідків та недопущення у майбутньому [33].

Компанія сповіщає про свою діяльність громадськість (рис. 2.1.5) за рахунок чого підвищує популярність як самого закладу, так і самої ідеї соціального підприємництва в Україні.

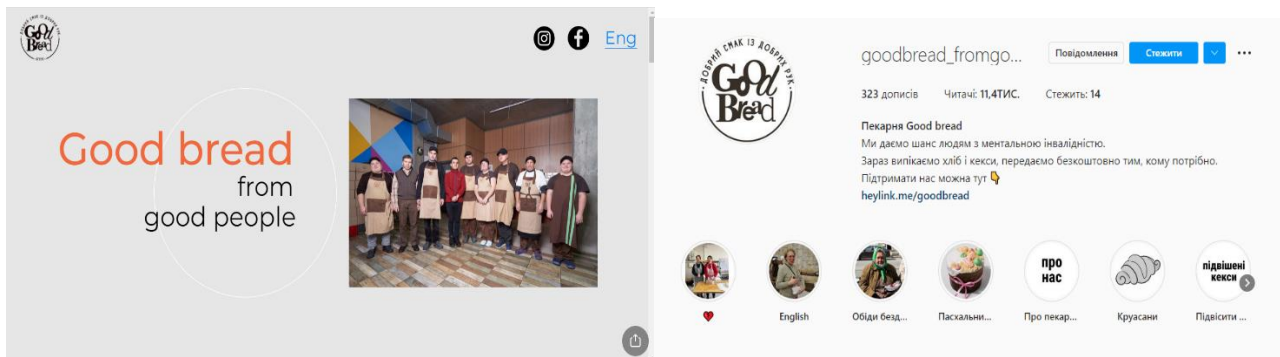


Рис 2.1.5. Веб-сторінки «Good bread from Good People» у соціальних мережах [31, 32]

Бізнес-модель Good Bread спочатку була розроблена як business-to-client (B2C), але з часом пекарня вийшла і на B2B-ринок. Корпоративні замовлення займають все більше часу, особливо в свята. За словами засновника, з корпоративними клієнтами простіше і зручніше працювати, до того ж це досить прибутковий сегмент. У B2C середній чек становить 200 грн, а в B2B – 2000 грн. У Good Bread стали замовляти кекси різні компанії: і Ernst & Young, і Nestle, і навіть посольства США та Ізраїлю. Івент-агентство Ideal Secrets регулярно купувало кекси для своїх клієнтів, а ті теж стали робити замовлення і оформляти підписку [33].

Головну соціальну задачу підприємство бачило в тому, щоб допомогти таким людям адаптуватися в суспільстві і не відчувати себе ізгоями. Тут багато що залежить від особливостей людини. У компанії є співробітник з аутичного спектру, який не може вилити воду і виносити сміття. Це все враховується.

Зараз це успішний бізнес: є керуючий, адміністратор, шеф-пекар, два супроводжуючих і 15 осіб з різними формами ментальної інвалідності. 70%

грошей, отриманих з цього продажу франшизи, Владислав Малащенко інвестував в розвиток київської пекарні.

В Україні люди з особливостями розвитку ніде не можуть працювати. Їх доля в більшості випадків сумна: коли вмирають їхні батьки, вони нікому не потрібні. «Good bread» хоче, щоб хлопці приходили до компанії, щоб їм було навіщо прокидатися вранці, навіщо засипати ввечері, і куди йти далі. Компанія хоче міняти звичне ставлення суспільства до таких людей. Від стереотипів і стигматизації можна і потрібно позбуватися.

Соціальне підприємництво – не проста сфера для управління. Завжди є ризики, що підприємство закриється, у компанії нічого не будуть купувати, і люди не будуть розуміти, що це таке [25].

«Good bread from good people» розуміє, що покупка їхньої продукції, зі знанням від кого вона – це дуже важко. Людям легше піти в супермаркет і купити собі булочку таку ж, але дешевше. Для них немає особливих людей. Для людей це високоемоційно важка покупка. Ось вони купили і все. У них, як камінь з душі впав. Можливо, вони більше ніколи не будуть купувати, в принципі як це і відбувається. Компанія розуміє, що такий ризик є.

Пекарня зараз працює в форматі B2B. Компанія планує поставляти випічку в кав'ярні, а кав'ярні вже людям. Там буде стенд, з інформацією і продукцією. Паралельно створюється відділ SMM і PR.

Отже, пекарня «Good bread from good people» за чотири роки свого існування пройшла складних шлях розвитку, ледь не припинивши своє існування. Сьогодні її позиції доволі міцні, є плани на майбутнє, які пов'язані з реалізацією цілей сталого розвитку.

2.2 Результати авторського соціологічного дослідження на тему «Соціальне підприємництво в умовах сучасної України»

У соціологічному дослідженні було використано якісний метод отримання інформації, а саме експертне напівструктуроване інтерв'ю з м'яким запитальником. Даний метод опитування відповідав дослідницькій меті, адже допоміг отримати детальне розуміння особливостей функціонування соціальних підприємств в умовах сучасної України. У підсумку проведено 10 інтерв'ю в онлайн або офлайн форматі з соціальними підприємцями. Формат інтерв'ю залежав від місця знаходження респондента, так як я шукав підприємців зі всієї України. Для пошуку респондентів використано різні інтернет-джерела, такі як сайт державного застосунку Дія, сайт «Соціальне підприємництво в Україні» [6], пошук у соціальних мережах (Instagram, Facebook), а також цілеспрямований пошук за місцем проживання.

Пошук респондентів був тривалим, так як я писав на електронну пошту цих підприємств, і не всі відгукувалися на мої листи, і через нестачу кількості інтерв'ю, я вирішив дзвонити до них, це дало свої плоди, і таким чином я провів 3 останніх інтерв'ю. Я надіслав листи 36 підприємствам на електронну пошту, з них 13 відповіло, і з шістьма респондентами я провів інтерв'ю. Хочу відмітити, що деякі підприємства, що відмовили, мали такі причини як: замороження проекту, через війну, зокрема через участь керівників у воєнних діях, а також, через переїзд до інших країн.

Дослідження тривало близько півтора місяця з різною періодичністю проведення інтерв'ю. 2 інтерв'ю було взято в офлайн-форматі, так як самі підприємства знаходилися в місцях де я проживаю. Всі інші в онлайн-форматі, зокрема, через Telegram, Google Meet, Zoom, а також через дзвінки по мобільному.

Принцип відбору респондентів був цілеспрямованим. Основним критерієм вибору, було те, щоб респондент був соціальним підприємцем. Інші критерії такі як вік, стать, місце проживання і тд. не брались до уваги.

Таблиця 2.2.1

Характеристика вибіркової сукупності

Ім'я респондента	Назва підприємства	Дата інтерв'ю	Формат
1. Тарас	WoodLuck	13.03.2023	Наживо
2. Олександр	ІнваФішки	17.03.2023	Онлайн
3. О. Михайло	БФ «Милосердний самарянин для дітей з особливими потребами	26.03.2023	Наживо
4. Ярина	Ukrainian Puzzles	30.03.2023	Онлайн
5. Ольга	Хата Гончара	20.04.2023	Онлайн
6. Олександра	Раненько	24.04.2023	Онлайн
7. Тарас	Сімка	01.05.2023	Онлайн
8. Тетяна	Особлива подорож	01.05.2023	Онлайн
9. Наталя	Іграшки зі Схрону	02.05.2023	Онлайн
10. Марія	Вбрані	02.05.2023	Онлайн

Джерело: [складено автором]

Від проведеного дослідження залишився позитивний досвід. Зокрема, це отримання практичного досвіду проведення інтерв'ю як онлайн, так і наживо. Процес дослідження був непростим, найважче це було знайти респондентів, але в підсумку всі заплановані інтерв'ю були проведені. Зі всіх використаних методів пошуку респондентів, найбільш ефективним виявився метод телефонних дзвінків. Це, можливо, зумовлене тим, що електронні листи легше проігнорувати, можна прочитати і не відповідати, або ж взагалі пошта не перевіряється. А під час телефонного дзвінка відбувається безпосередня комунікація, і респондент має більшу картину цього дослідження.

Загалом, в дослідженні були представлені різні категорії соціальних підприємств, що дозволяє ширше розглянути і проаналізувати дану проблематику.

Отже, незважаючи на різні труднощі в процесі проведення опитування, дослідження вдалося реалізувати. Усі поставлені завдання були виконані, вдалося виокремити основні проблеми в функціонуванні соціальних підприємств, вплив повномасштабного вторгнення росії на стан соціального підприємництва та виокремити основні тенденції розвитку в минулому і на майбутнє.

Основною метою даного соціологічного дослідження було дослідити організаційно-технологічні особливості реалізації та функціонування соціального підприємництва в умовах сучасної України. Саме для цього проводилося опитування саме соціальних підприємців. Щоб зі сторони керівника зрозуміти стан діяльності, вплив різних чинників, зокрема повномасштабної війни.

Варто зазначити, щось вдалося опитати представників різних регіонів України, від Львова до Запоріжжя, різних напрямків, а також різних за величиною підприємств.

Спочатку важливо було дізнатися, чому респонденти вирішили створити соціальне підприємство, і якими були перші кроки. Ось деякі фрагменти відповідей респондентів

- *«...це його більше ідея, і вона в нього появилася, коли він навчався в УКУ. Він ще тоді розумів, що не хоче, щоб був просто бізнес як бізнес, якийсь має бути сенс в тому бізнесі. Перші кроки і взагалі ідея полягала в тому, щоб брати на роботу студентів сиріт, які навчаються в бурсах, в ПТУ і щоб вони там не спивалися, а на жаль зараз це дуже часто таке буває з*

молодими випускниками, студентами, учнями, намагалися їх брати в на роботу до себе, щоб виготовляти меблі»[27].

- *«...тобто в церкві завжди якісь були кошти, але, щоб вони не лежали то їх задіявали, але в такому благородному соціальному аспекті. І в нас напевне перші кроки це все ж таки була свічкова майстерня, яку ми почали і ми задіяли людей з особливими потребами, тобто ми закладали туди соціальну складову»[21].*
- *«...але це ж повномасштабна війна йде, і я знаходжуся в Штатах, ну в той момент і, звичайно, розумію, що щось треба робити, хто що може, те, що в там в мене малі діти, мене так обмежувало. І прийшла ідея, спочатку це була ідея, а потім вже став формат соціального підприємництва. Ідея була в тому, що те, що зруйноване, можна символічно скласти в пазлах» [29].*
- *«...Наше підприємство було створене, після того як в мене народилася дитина передчасно, з вагою один кілограм. Моя донечка з'явилася на шостому місяці вагітності. І вирішила створити подібне соціальне підприємство, для того щоб підтримувати такі подібні родини, подібні ситуації, яка сталася в мене, щоб іншим родинам було легше, зручніше вирішувати проблему як з одягом, підтримкою, інформаційними матеріалами, в одному місці, і так, щоб це було доступно»[24].*
- *«...коли його ідея з'явилася були, мій чоловік, який власне тоді був поранений і його там побратим. Вони, ну, вони не могли працювати, не могли воювати, сиділи оце от страждали, і вони там вирізали дерев'яні ложки, і там і ще щось пробували із дерева робити, абсолютно ну не маючи ніякого досвіду, от і їм так сподобалося»[22].*

З наведених цитат можна зрозуміти, що в більшості соціальні підприємства створювалися для вирішення проблем, з якими зіткнулися самі респонденти.

Кожен створював справу, задля вирішення власної проблеми, і для допомоги іншим, зі схожою проблемою.

Кожне соціальне підприємство має свою місію. І в наступній таблиці (див. таб.2.2.2), на основі даних з транскриптів, можна узагальнити місії підприємств, з керівниками яких, було проведене інтерв'ю.

Таблиця 2.2.2.

Місії соціальних підприємств

Соціальні підприємства	Місія
WoodLuck	Працевлаштування соціально-незахищених категорій
ІнваФішки	Полегшення життя людей з інвалідністю
БФ «Милосердний самарянин...»	Підтримка спільноти людей з особливими потребами
UkrainianPuzzles	Внесок у відбудову України
Хата Гончара	Створення краси навколо себе
Раненько	Підтримка батьків передчасно народжених дітей
Сімка	Соціалізація людей з інвалідністю
Особлива подорож	Соціалізація дітей з інвалідністю та їх родин
Іграшки зі Схрону	Соціальна адаптація ветеранів
Вбрані	«В'яжемо вироби – зв'язуємо покоління»

Джерело: [складено автором]

Якщо розглядати проблеми, які виникали при створенні соціальних підприємств, наведемо декілька цитат:

- «...Напевно вибір юридичної форми, тому що важко забезпечити повний робочий час, так як би місячну оплату, от. Тому виходили з того що робили по договорах цпх та інші нюанси, а також напевно що з технічними

різними аспектами ми вирішували, з технічним обладнанням з таким, ну напевно що так» [26].

- *«...Але першою проблемою було то що в нас в Україні мебляр чи меблевик не дуже актуальні, такі престижні професії і вони не є дуже високооплачувані. Тому це була і є досі проблема, що проблема кадрів, проблема людей»[27].*
- *«...Команда, щоб знайти людей, які фаховістю можуть допомогти. Так само в принципі з залученням інвестицій теж велика проблема, тому що соціальне підприємство для більшості це щось таке. Складно було залучати фінанси. Ось, ну і бувають ще інколи проблеми в менеджменті»[28].*
- *«...В принципі, основні проблеми були, складнощі це з організацією процесу. В нас були на той момент побутові якісь верстати, ну на початку нам їх вистачало. Технічних, матеріальних в нас не виникло»[22].*
- *«...ну першочергово треба було знайти перших клієнтів, це було не так просто, ну і визначитися що саме робити»[20].*
- *«...багато було через те, що війна. Наприклад, не було картону. В травні не було картону, щоб робити пазли. Робили ми б за нормальних умов, ми би робили з харків'янами. Ну купа всяких було дрібних проблем. Логістика, от кажу ми продаємо на закордон – поставки здороццали вдвічі»[29].*
- *«...через те що підприємство є в депресивному в селі, це брак клієнтів та складності у маркетинговій стратегії, тобто клієнтів для мого бізнесу треба брати за 50, за 100 км від мене, це відстань, і це конкурентність»[25].*

З наведеного вище можна зробити висновок, що основними проблемами при створенні соціального підприємства є пошук і підбір команди, пошук перших клієнтів, вибір юридичної форми, а також війна в Україні. Все це потрібно

враховувати при можливому створенні соціальних підприємств. На основі результатів дослідження, можна сказати, що названі проблеми є дотичними до багатьох підприємств. Але залежить від часу створення. Тому що більшість з респондентів створювали підприємство до повномасштабного вторгнення, тільки одне було засноване внаслідок війни. Багато також заснувалися внаслідок початку війни на Сході України в 2014 році.

Зазначимо, що більшість респондентів проходили навчання щодо створення соціальних підприємств. Ось наведено декілька цитат:

- *«...Зрозуміло що пройшли різні підготовчі курси по управлінні людьми, персоналом, тому що команда збільшується росте і потрібно навчатися і здобувати навички для управління людьми» [27].*
- *«...я проходила навчання вже в останні роки, тобто в останні 3 роки почалася вчитися. Десь 2 роки назад, за рік до війни проходила навчання в «Академії жіночого підприємництва». Найбільш системне навчання було в останні вже так роки»[28].*
- *«...так, так, проходили акселератори, два акселератори, не пам'ятаю, як вони називаються, чесно. Акселератор допомагає на наших етапах, то акселератор допомагав саме при створенні команди, тому що в нас була тоді «сира» ідея, яка має допомогти, але як це все зробити, воно було розкидано і не структуровано»[22].*
- *«...це якраз «Гараж ідей». Потім був Львівський хакатон соціального підприємництва, а потім був Київський акселератор соціального підприємництва. А потім згодом був ще проект, ну потім ми вже були як ментори, навчилися на викладача з нашої команди і ми викладали в школах соціальне підприємство, в області»[26].*
- *«...Так, проходила. Це був акселераторна програма SELab, і друга була програма, я вже не пам'ятаю її назву, це було на базі УКУ проходила»[28].*

- *«...я проходила соціальна академія, як ж вона називалася? Зараз вони вже декілька років переформатувалися, ну напевно так і називалася «Академія соціального підприємництва». Це був преакселератор соціального підприємництва, воно було задумане як для тих хоче створювати підприємство, це був початок локдауну, і там мали бути декілька очних сесій, але вони відмінилися, це все було онлайн, і там мені було дуже мало зворотнього зв'язку»[22].*

Відтак, можна виокремити такий вид навчання як акселератори. Акселератор – це програма, яка допомагає стартапам зростати та розвиватися, надаючи їм підтримку у вигляді фінансування, менторства, навчання та доступу до ресурсів. Зокрема, можна виділити такі, як акселератор від SELab, це спільна ініціатива Chasopys Creative Family, ГО "Silab Ukraine" та Українського Форуму Благодійників (проводилися упродовж 2018-2020). Також зовсім недавно проводився акселератор від Платформи Соціальних Змін «Спрямовуємо відчайдушні ідеї в соціальний бізнес». Це - програма інтенсивного розвитку бізнесу для соціальних стартапів, діючих соціальних підприємств і мікро- та малих підприємств, що спрямована на розвиток територіальних громад та подолання наслідків війни через створення умов для сталого розвитку підприємництва сільських територій [19].

Тож можна зробити висновок, що можливості для навчання щодо створення і функціонування соціальних підприємств присутні, і кожен може знайти щось для себе. Але потрібно навчатися різним навичкам, бо це все ж таки бізнес, і потрібні різні вміння.

В будь якому бізнесі важливе початкове фінансування. Тут наведемо цитати респондентів, що зрозуміти, як їхні проекти фінансувалися при старті:

- *«...Ми почали працювати спочатку за свої кошти, але ми отримали і гранти для того щоб закупити як професійне обладнання, потім ми*

отримали ще один градус, зараз я вам покажу, отримали гранти DG в 2016 році і також ми отримали грант у 18-му році на закупку обладнання. У 20-му році ми отримали грант на закупку техніки, це насправді був такий мікро-грант, кожен грант є дуже важливий для підтримки і розвитку»[27].

- *«...Ну переважно це були власні збереження, не отримувала я фінансування, аж до 2021 року, коли виграла 100 тисяч гривень від посольства Франції. Торгово-промислова палата французька, вона розіграла премію, вона називалася «Жінки-підприємці», чи «Створено жінками».»[24].*
- *«...Гранти. У нас було декілька грантів...Ну частина це були наші власні фінанси і частина була грантових важливо. Так само можна віднести до цього наш час роботи, тому що ну напевно півтора роки ми взагалі працювали на ідеї, без отримання ніяких додаткових фінансів...Але в цілому, якщо гранти то міжнародні. В середині країни нічого не отримували»[22].*
- *«...Грант, так. Ну стартовий капітал то наш, але в 20-му році отримали кошти від Українського соціального венчурного фонду на закупівлю додаткового обладнання та сrm-систему»[26].*
- *«...Частково, значною мірою це були кошти виплати чоловікові за поранення і на той момент декілька верстатів нам дарували благодійники. Власні кошти і благодійників. Гранти ми вже отримували в процесі роботи, теж там обладнання»[22].*
- *«...де взяли гроші на початок, це була кампанія на «Спільнокошті» чи «Vigidea», чи як воно там правильно називається. Вдалося зібрати кошти на створення. І потім ще був грант від «Котекс», і далі вже від «Відродження».»[20].*

- «...наразі ми не отримували жодних грантів, як для бізнесу. Все я своїми силами, я в Штатах працюю в університеті, це дистанційна робота, можу це робити будучи в Україні, тому маю якусь там зарплату і так далі. Я щось із своїх коштів, потім взяла 14 тисяч доларів кредит на виробництво партії, доставку. На старт нам треба було 20 тисяч доларів, це я закрила або власними коштами або кредитними, але це не на бізнес кредит, а особистий. Ну коштів, що ми отримуємо, їх є недостатньо, щоб покрити витрати, які в нас є»[29].

Для наочності результати дослідження, також, представлено в таблиці 2.3.2.

Таблиця 2.3.2

Фінансування соціальних підприємств

<i>Вид фінансування</i>	<i>Кількість підприємств</i>
Власні кошти	8
Гранти	8
Кредити	1
Премії	1
Виплати	1
Донати	1

Джерело: [складено автором]

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що для більшості початкове фінансування соціальних підприємств базується на власних коштах, а далі вже з'являються гранти. Є також випадки донатів від благодійників. преміювання. Серед респондентів також був випадок отримання кредиту на старт бізнесу.

Однією з головних ознак успішності бізнесу є його прибуток. В соціальному підприємстві основною метою є соціальна місія, але без

отримання коштів неможливо існувати, і проводити власну діяльність. Тому наведемо декілька цитат, які покажуть, через скільки часу підприємства, які потрапили в це дослідження, отримали перший прибуток:

- *«...Насправді дуже швидко, буквально на 3-й місяць, ми вже почали працювати в вересні чи в жовтні, вже от перші вироби ніби продавати, і так як це почався якби вже новорічно-різдвяний сезон, то попит був великий от і ми дуже швидко почали отримувати прибуток»[22].*
- *«...перше замовлення це було від ІТ-компанії для дитячого садочка, то думаю, десь через місяць після створення»[20].*
- *«...Ну як запланували екскурсію, знайшли цільову аудиторію, та й відразу і отримали. В нас екскурсія не потребує там вкладень великих, щоб провести це»[28].*
- *«...Ну в перший рік, ну тому що, інвестицій так багато не було, ну в рамках цього фонду, ми отримали кошти, і в кінці року ми їх повернули, ну це 10% мали повернути з цієї суми. Ну нам вийшли якісь зарплати.»[26].*
- *«...Десь, напевно, через два роки»[23].*
- *«...для мене важливим є в цьому бізнесі, щоб сам бізнес себе підтримував і розвивав, але ніколи не було мети (не зрозуміло) на отримання більшого прибутку. От тому що, весь прихід він вкладався назад в виробництво, для щоб можна було збільшувати, покращувати виробничі процеси або інші процеси. Власне постійно була реінверсія»[24].*
- *«...Я і зараз в принципі в нулі, тобто, все що я отримую – все вкладаю»[25].*
- *«...нам повезло, бо ми майже не було ніколи збитковими, тобто ми завжди намагається вийти на 0, щоб не бути збитковими, але останні місяці, навіть ще перед початком повномасштабного вторгнення в нас були досить непогані і можливо прибутки не були якісь там великі, чи які би хотілося, але ми вже не були збитковими, тобто з 5-го року ведення*

бізнесу ми вже, можна сказати почали заробляти й не бути збитковими»[27].

З наведених цитат можна зробити висновок, що в кожного підприємства різний шлях і різна окупність. Все залежить від форми підприємства, від послуги чи товару, що надає чи продає те чи інше соціальне підприємство. Хтось одразу «відробив» вкладення, хтось все отримане реінвестує, хтось тільки через роки існування почав стабільно заробляти. Це показує всю різноманітність соціального підприємництва. Можна стверджувати, що прибуток соціального підприємства залежить від різних чинників, таких як концепт підприємства, масштаб, товар/послуга, кількість капіталовкладень.

Одною з основних місій соціального підприємництва завжди було працевлаштування соціально незахищених верств населення. Наведемо думки тих, хто позитивно ставляться до залучення соціально незахищених верств:

- *«...Це є власне наша місія, щоб працювати з такими людьми і дивимося на це з позитивом»[27].*
- *«...Позитивно дивимося. Навіть, якби, шукаємо такі можливості, припустимо, ми шукали маркетолога, то одна написала одній знайомій, яка зараз задіяна в якомусь проекті, які працюють з внутрішньо-переселеними особами, щоб вона розповсюдила інформацію, може хтось зголоситься на вакансію і так далі»[29].*
- *«...власне у нас якби на цьому все побудовано. Тобто ветерани вважаються вразливою верствою, ну план був такий, що в нас будуть, що ми хочемо працевлаштувати декілька ветеранів, тобто це хто прям працевлаштовуються, а решта працюють якби в рамках адаптації»[22].*
- *«...Позитивно налаштована, бо якщо так рахувати, то я теж напевно незахищена категорія людей, бо маю дитина з інвалідністю, моя колега також має дитину з інвалідністю. Тому позитивніше нема куди»[28].*

- «...Основна наша, так як би, модель соціальна - це ми даємо роботу особам з інвалідністю»[26].
- «...Ну в нас в команді 2 співзасновники користуються кріслом-колісним, і раніше працювали люди на кріслах-колісних, і зараз працюють просто дивлячись, які саме соціально незахищені верстви населення, тому що в цілому, так ми дивимося»[23].
- «...відповідно мені би дуже хотілося їх більше залучати в наш бізнес. В нас зараз працюють в нашій команді, ну не можу сказати, що це в «Раненько», але в «Ранніх пташках» переважно залучені саме ці мами. Але хотілося би побільше і я дивлюся до цього дуже добре, бо саме вони є дуже вмотивованими і найкращими представниками бізнесу, коли вони самі представляють категорію клієнтів на яких ми орієнтуємося, тобто я дуже б хотіла, щоб в нас було більше»[24].

Але є інші думки на рахунок залучення соціально незахищених верств:

- «...Дуже важко, я залучаю, а вони не відповідають моїм вимогам»[25].
- «...взагалі ідея полягала в тому, щоб брати на роботу студентів сиріт, які навчаються в бурсах, в ПТУ і щоб вони там не спивалися, а на жаль зараз це дуже часто таке буває з молодими випускниками, студентами, учнями, намагалися їх брати в на роботу до себе, щоб виготовляти меблі, але походивши трохи по училищах ми зрозуміли, що ця ідея трошки провальна, тому що якщо це гарний майстер-столяр, то він їде зразу в Польщу, в Чехію на заробітки, а якщо це поганий працівник, то зазвичай йому точно не до роботи»[27].

Отож, аналізуючи дані репліки, можна зрозуміти, що більшість досліджуваних підприємств стараються залучати соціально незахищені категорії населення. Дехто, навіть, будує свою місію навколо них. Але є й протилежна

сторона. Не завжди представники цих верств можуть відповідати вимогам, які задають підприємства.

24 лютого 2022 докорінно змінило українське суспільство, і з'явився новий виклик – повномасштабна війна з Росією. І всі свідомі громадяни почали допомагати армії, один одному. Війна об'єднала країну. Хтось пішов воювати, хтось зайнявся волонтерством. Також війна суттєво вплинула на весь бізнес, зокрема і соціальний. Ось що про це кажуть респонденти:

- *«...Коли почалася вже війна, троє наших працівників взяли зброю до рук, пішли працювати, тобто ми зазнали серйозний такий удар по кадрах, по працівниках. Зрозуміло, що в перші місяці війни, людям було не до меблів, потрібно розуміти цей факт. Але ми не зупинялися ні на один день. Ми спільну з раніше вже згаданю «Українською освітньою платформою» виготовляли ліжка для ВПО яких був шалений такий приплив їх. Вони нам закуповували сировину, ми виготовляли ліжка. Загалом ми виготовили 3000 ліжок. Ще ми виготовляли протитанкові їжаки в перші дні вторгнення, але потім з місяця червня ми знову почали працювати з клієнтами і налагоджувати роботу»[27].*
- *«...До зупинки або до призупинення»[25].*
- *«...Війна досить суттєво вплинула, тому що ми закривали офіс київський, вивозили, робили релокацію. В нас була велика проблема з постачальниками, тому що наші основні, скажімо, потужності знаходилися і знаходяться, це Ірпінь, Ірпінський нетканний завод, саме там замовляли матеріали, а потім в нас склади тканин знаходилася в Харкові, я, чесно кажучи, навіть зараз не знаю чи вони ще є, з постачанням тканин дуже сильно було проблематично. Потім були проблеми з тим, що наші кравчині повиїжали в інші країни»[24].*
- *«...Дуже погано, тому що в нас повністю посипалася наша команда. Один із співзасновників вирішив поїхати з України, ось. Це була повністю зміна*

всіх ланцюгів постачання, виробництва. І ми робили 2 релокації, щоб спробувати все налаштувати, спочатку їхали до Львова, а потім поверталися до Києва, тому що наче все було ок. І скажемо так, зміна постачання, зміна виробництва, зміна команди на відсотків 60. І якщо дивитися в фінансовій складовій, то вона, на жаль, пішла в плюс, тому що в нас товари для реабілітації, які на жаль користуються зараз попитом.»[23].

- *«...Частина напрямків відпала, появилось якихось більше гуманітарних напрямків, там допомога різним ініціативам, ну волонтерство і воно частково оплачується, частково ні, ну тими організаціями якими ми допомагаємо. Тому частково ми на волонтерських засадах, і відповідно оператори теж на волонтерських засадах»[26].*
- *«...Ну на початку ми завмерли, бо я опинилася в Варшаві, а потім потрапила в грантову програму стипендії та фінансування проекту, тому ми масштабувалися на другу країну»[28].*
- *«...в нас пауза така в замовленнях трошки. Ми вирішили зв'язати шкарпетки для ЗСУ. Ну і були трошки проблеми з постачанням, з логістикою. Бо раніше замовляли нитки десь з Одеси, а їх туди морем доставляли, і це поки налагодили процес було трошки складно»[20].*
- *«...зараз знизився в певній мірі попит, бо багато людей воює і ми не маємо державних замовлень і частина, велика частина виїхала, а це були потенційні споживачі сиру, молочної продукції буде населення зменшилася, з наприклад там з існуючих там 40 мільйонів, які нам декларували, я думаю менше було, ну то зараз напевно 30 мільйонів»[21].*

Також одне з соціальних підприємств, керівник якого був в дослідженні, було створене через повномасштабне вторгнення:

- *«...Ну воно виникло у відповідь на війну. Якщо б не було б війни, ми б точно цього не робили, на жаль якраз, це одне. А друге, я розповідала, що війна все дуже ускладнює, і по поставках і картону, і з цінами на доставку, важко»[29].*

Як у і всіх сферах нашого життя, війна негативно вплинула на функціонування соціальних підприємств в Україні. Виокремимо низку важливих проблем для соціального підприємництва:

- релокація бізнесу (через неможливість працювати на цій території);
- зниження попиту;
- мобілізація працівників;
- міграція працівників.

Тенденції активної загальносвітової глобалізації та інтеграції України в економічне співтовариство диктують необхідність звернення до міжнародного досвіду, який на сьогоднішній день говорить про зростаючу роль розвитку соціального підприємництва. Проте в Україні справи просуваються повільніше, ніж за кордоном. Незважаючи на це, існує ряд причин, за якими можна очікувати зростання популярності соціального підприємництва.

Основні тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні впродовж останніх років відслідковують респонденти:

- *«...А виявляється, що нас в Україні є вже чимало таких проєктів. «Оселя» всім відома, мабуть «Горіховий дім» і зовсім недавно відкрився ще один бізнес соціальний, я знаю прекрасно цю дівчинку, що започаткувала... Появилось в нас у Львові соціальне кафе знаю, в області появляються різні бізнеси, навіть знаю, що коли ще було АТО, поверталися атошники і відкривали там піцерію, чи якусь майстерню, та їх насправді дуже багато появляється таких бізнесів.»[27].*

- «...ми не відслідковували в останні роки, але те що я думаю, зараз буде великий сплеск, і напевно відбувається, і збільшується кількість вразливих груп. І зараз буде багато різних соціальних підприємств, як одна з відповідей на війну. Ну це припущення»[29].
- «...Позитивні. Позитивні в тому що починають, ну відходити від пострадянської системи і по маленьку вже Європа, я думаю, що найбільше це Європа дотискає Україну. Про те що закордонні інституції, навіть державні вони більше хочуть працювати з громадським сектором ніж державними інституціями, які корумповані на сьогоднішній час дуже сильна корупція і всюди починаючи від митних до всіх основних державних інституцій, дуже корумпована, тому Україна має пройти процес очищення від цієї корупції і сприяння для того, щоб громадські організації розвивалися»[21].
- «...мені здається, що орієнтованість на якусь таку гастро-історію, знову ж таки маленькі кафе залучають людей з інвалідністю до роботи. Ну що ще? Навіть, не знаю, це складне питання»[20].
- «...що я часто бачу, найбільше вірний шлях для України, для того щоб функціонувати гідно для багатьох категорій людей і це дуже розвивається. Я вважаю що зараз в Україні майбутнє за соціальним підприємництвом. Особливо зараз, після перемоги, треба буде так»[28].
- «...зараз буде ухил на ветеранів війни, на внутрішньо-переселених осіб, думаю, що розвиватимуться малі локальні бізнеси, ну і вони залучатимуть внутрішньо-переміщених осіб, ветеранів, і вони від того вже будуть соціальні, і коли вони будуть займатися підприємництвом.»[26].
- «...бачу, що більше направлення на розвиток, я бачу більше можливостей для соціальних працівників, для соціального підприємства вірніше, бачу більше грантів, програм навчання, більш роз'яснення що це таке соціальне підприємство і для чого воно потрібне, тобто я бачу більше інтересу і

більше можливостей для людей, більше хотілося, щоб ця тенденція не завершувалася»[24].

Проаналізувавши репліки респондентів, можна зробити висновок, що соціальне підприємництво в Україні поступово розвивається. В той же час повномасштабне вторгнення росії сильно вплинуло на соціальний бізнес, внаслідок якого багато підприємств закрилося, змінило місце дислокації, та отримало багато проблем. Проте після закінчення війни, очікується стрімке зростання соціальних підприємств. Основними передумовами майбутнього зростання є поява великої соціально-незахищених груп, і треба буде їх чимось задіяти, внаслідок чого будуть створюватися нові соціальні підприємства та нові робочі місця.

Респонденти також висловили свою припущення, щодо того наскільки привабливою є Україна для соціальних інвесторів. Ось декілька реплік:

- *«...Україна точно є привабливою для залучення інвестицій це факт. Якщо коротко то є привабливою»[27].*
- *«...Ну зараз такий порив солідарності з українцями в світі. Люди бачать, яка є несправедливість, і так саме якось хочуть протидіяти. Ну я думаю, це зараз номер 1, куди люди хочуть допомагати. І через соціальне підприємництво буде один з ключових інструментів... і ясне діло, що небезпека значно вища, ніж в інших країнах, ну то зараз очікувати інвестиції, то ні. Але після перемоги буде багато»[29].*
- *«...Звісно, тому що соціальне підприємництво воно зараз як ніколи потрібно, мені здається, зараз під час війни або можна сказати там де так іде відновлення після окупації, то соціальне підприємство має розвиватися залучати людей до вирішення соціальних проблем і відповідно інвестори дуже потрібні»[24].*

- *«...я вважаю, вона є привабливою, так зараз є військові дії, але як тільки вони будуть зупинені, будуть відновлені кордони, і інвестиції тут дуже привабливі будуть, тому що є багато простору, багато місця так робити щось з нуля, там відкрити підприємство чи інвестувати в громади, тобто тут чистий аркуш так, для любых інвестицій. Ми тільки починаємо євроінтеграцію, там підписали асоціацію. Україна буде привабливою для інвесторів.»[26].*

Загалом, більшість респондентів позитивно налаштована щодо подальшого залучення інвесторів в український бізнес, зокрема соціальний. На разі все гальмується війною.

Якою є обізнаність населення щодо проблематики соціального підприємництва? Ось цитати респондентів щодо того, як покращити обізнаність людей:

- *«...живі зустрічі, особливо, в громадах, люди по селах не знають про це соціальне підприємництво, воно може і є соціальні, так. Тобто в межах громади соціальну місію виконують, навіть не задумуються, що вони є соціальними. Тобто я вважаю, що має бути якась просвітницька робота, особливо для молоді, і розказувати про соціальне підприємництво, про гранти. І воно зрушиться з місця, бо в містах вже трохи знають про це.»[26].*
- *«...потрібно напевно не так розповідати про соціальне підприємництво, як виховувати свідомих громадян, це має починатися від батьків закінчувати університетами, тобто основне завдання це має бути випуск цінного свідомого громадянина»[27].*
- *«...треба якісь гарні історії розказувати, навіть «VeteranoPizza», багато є гарних. Якщо би в медіа більше історій розказували. Сам принцип роботи*

медіа, що вони більше оці негативні історії краще заходять, ніж позитивні, то це одне»[29].

- *«...я думаю, що прикладом. Ну от якщо ви зараз запитаете більшість людей «що таке соціальне підприємство?», то далеко не всі розуміють що це таке. То треба реально приводити приклади як це працює, як бізнес може бути соціально налаштованим, скерованим, у чому відмінність соціального підприємства від інших, приводити приклади, тобто, є наприклад, «Горіховий дім», або є відома пекарня «Good bread for good people»»[24].*

Респонденти вважають, що треба більше на наочних прикладах показувати сутність соціального підприємництва. Презентувати успішні кейси, проводити просвітницьку роботу, і з часом люди будуть більше розуміти що це таке. Бо як показує практика, поки що далеко не всі розуміють чим соціальне підприємство відрізняється від традиційного.

Серед інших запитань інтерв'ю було, чи знають соціальні підприємці своїх колег по ремеслу. З відповідей було зроблено висновок, що зараз ще нема створеного ком'юніті соціальних підприємців. Хоча передумови для цього є:

- *«..перетинаємося на різних заходах, організованими різними підприємцями, але щоб так хтось відкрито заявляв що давайте зустрінемося соціальними підприємцями, то воно поки ще немає. Хоча я бачу тенденції, що воно до того йде. Зараз всі починають говорити, що там потрібно меблевикам об'єднуватись, створюється меблевий кластер. Раніше так само звучали заклики давайте об'єднатися соціальні підприємства, підтримувати один одного і зрозуміло, що спочатку це всі пропускають повз вуха, має пройти деякий час, щоб цю думку переварити і відповідно вже отримати якісь рішення»[27].*

Окрема дослідницька проблема полягала у визначенні переліку рекомендацій для соціальних підприємців-початківців. Ось деякі з них:

- *«...рекомендацію, можу дати лише єдину: якщо ви бачите, що в вас є бажання щось робити і вас є відчуття, що це ваша тема - ніколи не зупиняйтеся»[24].*
- *«...що би ти не починав робити потрібно бути зарядженим ентузіастом, настільки, щоб будь-які перешкоди не змогли зупинити тебе. То напевно найважливіше. А все інше, о Боже, щоб навчитись їздити на велосипеді, ну іноді треба з нього впасти. Треба не здаватися»[27].*
- *«...знайти однодумців. Чи має та ідея сенс, чи розумієте добрий порив це одне, але щоб воно ще має бути життєздатне. Шукати можливості фінансування, бо своїми силами це дуже важко це робити, але в той же ж час не змінювати, те що хотіли робити, те й робіть»[29].*
- *«...саме просте, це в принципі буде люба порада з бізнесу – це все таки рахувати гроші, тому що потрібно саме перше, це все таки соціальний бізнес, це все таки бізнес і потрібно спочатку все-таки проводити якісь планування, думати, що з цього вийде, які необхідні продажі, щоб це було окупно, щоб це не було в збиток, і так само думати і знаходити варіанти, щоб це працювало»[23].*

Отже, закінчуючи аналіз проведеного дослідження, можемо говорити про підтвердження або спростування гіпотез.

Узагальнену інформацію щодо гіпотез доцільно буде помістити в таблицю 2.2.4:

Таблиця 2.2.4

Узагальнені результати щодо гіпотез соціологічного дослідження

Гіпотези	
Розвиток соціального підприємництва загальмувався в Україні у зв'язку з війною.	Підтвердилась
Соціальне підприємництво в майбутньому буде дуже актуальним	Підтвердилась
Створення сприятливих умов для розвитку соціального підприємництва може стати одним з інструментів боротьби з бідністю та безробіттям в Україні	Підтвердилась
Соціальне підприємство в Україні розвивається попри всі перешкоди	Частково підтвердилась
Соціальні підприємства в Україні не є поширеним явищем.	Спростовано
Розвиток соціального підприємництва може сприяти покращенню якості життя вразливих груп населення в Україні, таких як люди з інвалідністю, бездомні, малозабезпечені та інші.	Частково підтвердилась
Соціальні підприємства є важливим чинником волонтерських ініціатив.	Частково підтвердилась
Розвиток соціального підприємництва може сприяти підвищенню рівня соціальної відповідальності бізнесу в Україні	Частково підтвердилась
Ефективний розвиток соціального підприємництва в Україні може залежати від створення сприятливого середовища для його розвитку, включаючи законодавчу базу, фінансову підтримку, підтримку громадських організацій та інші чинники	Частково підтвердилась

Джерело: [складено автором]

Як бачимо, соціальне підприємництво в умовах сучасної України знаходиться на етапі як призупинення, так і розвитку. Основною причиною такого стану є війна в нашій країні. Але, аналізуючи відповіді респондентів, можна зробити висновок, що в майбутньому соціальне підприємництво має хороші перспективи щодо своєї діяльності. Адже, навіть сьогодні соціальний бізнес показує помітні результати — ми бачимо, як українські підприємці

створюють робочі місця, працевлаштовуючи соціально незахищені верстви громадян, покращуючи екологічну ситуацію тощо.

Висновки до 2 розділу

У ситуації складного економічного становища та воєнного стану в Україні, соціальне підприємництво може сприяти згладжуванню гострих проблем у суспільстві та прискорити їх вирішення. Діяльність соціальних підприємств сприяє вирішенню проблем соціально незахищених груп населення, їх працевлаштуванню та громадській адаптації, і тому ця форма підприємництва має велике значення для відновлення та економічного розвитку нашої країни. Соціальне підприємництво може вирішувати завдання, які не можуть бути розв'язані ні комерційними приватними підприємствами, ні державним сектором, ні некомерційними організаціями. Навіть при складних умовах функціонування установ та організацій під час воєнного стану, в Україні проводяться заходи з фінансової та організаційно-інформаційної підтримки соціального підприємництва з боку держави, вітчизняних та міжнародних організацій. Це створює можливості для розвитку соціального підприємництва в Україні і, відповідно, поліпшення якості життя суспільства, подолання соціально-економічної кризи та подальшого розвитку країни в цілому.

Щоб дослідити функціонування соціальних підприємств в умовах сучасної України було проведено 10 експертних інтерв'ю з соціальними підприємцями. Незважаючи на труднощі, дослідження все ж вдалось реалізувати, а дослідницьке бачення майже повністю збіглося з реальним дослідницьким полем. В цілому, проведення якісного соціологічного дослідження залишило після себе позитивні враження, а проблемні моменти були стимулом для подальшого розвитку навичок інтерв'юера.

Проаналізувавши отримані дані після проведеного соціологічного дослідження було виокремлено основні риси, які характеризують соціальне підприємництво в умовах сучасної України. Можна сказати, що соціальне підприємництво в Україні зараз знаходиться в перехідному етапі, так як на його функціонування впливає війна. Але, не зважаючи на війну, в Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності як один із ефективних механізмів вирішення локальних соціальних та економічних проблем, зменшення бюджетного навантаження щодо підтримки соціально вразливих верств населення. Основою успіху соціального підприємництва може стати формування національної стратегії розвитку разом з розробкою та реалізацією регіональних концепцій (стратегії) розвитку.

Соціальний бізнес в Україні знаходиться на початковому етапі свого розвитку і має високі темпи динамічного зростання. Цей швидкий розвиток соціального підприємництва в Україні є наслідком реакції суспільства на кризові явища в соціальній, економічній та політичній сферах. У таких умовах, держава має обмежені можливості у контексті невирішених проблем соціальної сфери, тоді як соціальний бізнес набуває значущості. Низький рівень матеріального забезпечення, масове безробіття та велика кількість вразливих груп населення стимулюють пошук альтернативних джерел фінансування для соціальної сфери.

ВИСНОВКИ

У першому розділі ми з'ясували, що соціальне підприємництво – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємництва спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи на вирішення гострих суспільних проблем. Соціальне підприємництво - це система господарювання, складовими якої є соціальні підприємства. Соціальні підприємства - це соціально орієнтовані суб'єкти підприємництва, діяльність яких спрямована на досягнення добробуту територіальних громад (соціальні, екологічні та етичні цілі) шляхом використання системного взаємозв'язку розвитку соціального підприємництва і розвитку місцевої економіки.

Підприємницька діяльність з соціальним ухилом має великий потенціал у всьому світі так і в Україні. Ця діяльність може сприяти появі нового типу підприємців – людей, що перетворюють дійсність, творять, пропонують нові підходи у вирішенні соціальних проблем. В Україні не існує законодавчо затверджених понять «соціальне підприємництво», «соціальне підприємство», «підприємства соціальної економіки». Таким чином можна зробити висновок, що офіційно соціальних підприємств і соціального підприємництва в Україні немає. Однак у різних нормативно-правових джерелах існують положення, що дозволяють створювати підприємства, які за міжнародними стандартами можуть бути класифіковані як соціальні. Більшість соціальних підприємств України забезпечують робочими місцями представників цільових груп, з якими вони пов'язані своєю основною діяльністю. Їхня головна мета діяльності, як і будь-яких інших бізнес-структур – досягти позитивних фінансових і соціальних результатів за рахунок інвестицій. В останні роки на Україну соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських

організацій, як ефективний механізм вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад.

Соціальне підприємництво, хоча й повільно, перетворюється на реальний механізм вирішення суспільних проблем в Україні, коли підприємництво у соціальній сфері, підприємницька діяльність благодійних та громадських організацій або бізнес із соціальною місією охоплює різні соціально незахищені верстви населення. В Україні таке підприємництво може ставити за мету соціальну реабілітацію, запровадження нових механізмів вирішення наявних соціальних проблем. Головну роль у цьому процесі повинна відігравати саме держава, яка через механізми стимулювання повинна визначити стратегію розвитку підприємництва та його взаємодію з соціумом.

Також вдалося провести соціологічне дослідження на дану тему. І аналізуючи результати, можна дійти висновку, що соціальне підприємництво в Україні розвивається, але при тому війна дуже негативно вплинула на функціонування підприємств. Зі слів респондентів, саме після закінчення війни відбудеться стрімкий ріст соціального підприємництва. Саме війна стане каталізатором подальшого розвитку, через те що вже є багато соціально-незахищених верств (ветерани, ВПО, інваліди, і тд), а саме вразливі верстви населення є рушієм соціального підприємництва. На даний момент, соціальне підприємництво є таким собі оксимороном. Воно розвивається, незважаючи на війну. І можна зробити прогноз, що за соціальним підприємництвом майбутнє.

Соціальне підприємництво є перспективним і корисним для суспільства, і воно вже приносить значний внесок в економіку України. Проте наразі воно не настільки розвинене, тому надзвичайно важливою буде допомога держави в створенні сприятливої державної політики та наданні програм підтримки розвитку таких підприємств. Важливою також є співпраця соціальних підприємств з представниками місцевої влади та отримання державних замовлень на їхню продукцію та послуги, а також підтримка з боку влади у

наданні пільгових умов оренди приміщень та вирішенні інших питань. Розвитку соціального підприємництва можуть сприяти і фінансові внески благодійників, а також придбання продукції та користування послугами соціальних підприємств населенням. Усе це сприятиме подальшому розвитку економіки України.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ І НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

I. Список джерел:

1. Аналітична та статистична інформація Державної служби зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analitics>
2. Ачкасова О. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-40>
3. Банк проблем та моделей соціальних підприємств для їх вирішення. Аналітичний звіт. 2019. 18 березня. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/bank-problem-ta-modeley-sotsial-nykh-pidprijemstv-dlia-ikh-vyrishennia-analitychnyy-zvit/
4. Благодійне товариство допомоги особам з інвалідністю внаслідок інтелектуальних порушень «Джерела». URL: <http://www.djerela.org/index.php/uk/>
5. Гулевська-Черниш А. Соціальне підприємництво: європейський зліт vs український реалізм. URL: <https://dt.ua/SOCIUM/socialnepidprijemnictvoyevropeyskiy-zlit-vs-ukrayinskiyrealizm-272250.html>
6. Дія. Бізнес. URL: <https://business.diiia.gov.ua/social-entrepreneurship>
7. Каталог соціальних підприємств України. URL: <http://www.socialbusiness.in.ua>
8. Кіреєва О.Б. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики. URL: www.dridu.dp.ua/zbirnik
9. Назарук В. Соціальні підприємства – новий тренд в Україні. URL: <http://nv.ua/ukr/opinion/nazaruk/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini338577.html>
10. Підтримка соціальних підприємців у 2022 році. URL: <https://egaliteint.org/2021/12/22>

11. Романська О. Яке майбутнє у соціального підприємництва в Україні?
// Національна платформа малого та середнього бізнесу. URL:
<http://platformamsb.org/yake-majbutnye-u-sotsialnogo-pidpryyemnytstva-v-ukrayini/>
12. Смаглій К. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво?
URL: <http://socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpryyemnytstvo>
13. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз.
Звіт за проектом EU4Youth, 2020.
URL: <https://euneighbourseast.eu/news/publications/social-entrepreneurship-in-ukraine-economic-and-legal-analysis/>.
14. Соціальне підприємництво в Україні: досягнення соціальних змін за ініціативою “знизу”». URL: <https://socialbusiness.in.ua/about/>
15. Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi
16. Соціальне підприємництво: дизайн-мислення та невизначеність / ВУМ Online. URL: <https://vumonline.ua/course/social-entrepreneurship>
17. Соціальне підприємництво: куди рухаються світ і Україна. URL: https://zn.ua/ukr/SOCIUM/socialne-pidpriyemnictvo-kudi-ruhayutsya-svit-i-ukrayina-333573_.html
18. Сперклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва.
URL: <http://www.britishcouncil.org.ua>
19. Спрямовуємо відчайдушні ідеї в соціальний бізнес. URL:
<https://sochange.webflow.io/>
20. Транскрипт інтерв’ю з Марією, 02.05.2023. Архів автора.
21. Транскрипт інтерв’ю з Михайлом, 26.03.2023. Архів автора.
22. Транскрипт інтерв’ю з Наталією, 02.05.2023. Архів автора.
23. Транскрипт інтерв’ю з Олександром, 24.03.2023. Архів автора.

24. Транскрипт інтерв'ю з Олександрою, 24.04.2023. Архів автора.
25. Транскрипт інтерв'ю з Ольгою, 20.04.2023. Архів автора.
26. Транскрипт інтерв'ю з Тарасом, 01.05.2023. Архів автора.
27. Транскрипт інтерв'ю з Тарасом, 20.03.2023. Архів автора.
28. Транскрипт інтерв'ю з Тетяною, 01.05.2023. Архів автора.
29. Транскрипт інтерв'ю з Яриною, 30.03.2023. Архів автора.
30. Canada was just ranked the best country in the world for social entrepreneurship. Електронне джерело. URL:
<https://www.marsdd.com/news/canada-was-just-ranked-the-best-country-in-the-world-for-social-entrepreneurship/>
31. Good bread from Good People. Facebook. URL:
<https://www.facebook.com/goodbreadfromgoodpeople/>
32. Good bread from Good People. Instagram. URL:
https://www.instagram.com/goodbread_fromgoodpeople/
33. Good bread from Good People. Офіційний веб-сайт. URL:
<https://goodbread.com.ua/>
34. Lvbs.com.ua: Війна як каталізатор соціального підприємництва. URL:
<https://lvbs.com.ua/news/vijna-yak-katalizator-sotsialnogo-pidpryyemnytstva-artem-kornetskyj-vykladach-lvbs/>
35. Phillips W., Lee H., James P., Ghobadian A., O'Regan N. Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. Group & Organization Management, 2015. No 40 (3). P. 428–461. URL: <http://eprints.uwe.ac.uk/24436>
36. The Global Agenda for social work and social development: Commitment to action. 2012. 6 p. URL: <http://cdn.ifsw.org/assets/globalagenda2012.pdf>

II. Список літератури:

37. Березяк І. В. Дискусійні питання теорії соціального підприємництва в Україні . *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка» : збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – Випуск 28. – С. 24–27

38. Болюбаш Н. Б. *Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. Особливості застосування франчайзингу в Україні в час економічних викликів*. 2022. С. 95-97

39. Галушка З. І. *Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні*. Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. 2013. № 148. С. 15-17

40. Галушка З.І. *Роль соціального підприємництва у забезпеченні розвитку громад*. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід». КНЕУ. 18 травня 2018 року. С.182-185

41. Горішна Н.М. *Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії*. Науковий вісник ужгородського університету. серія: «Педагогіка. Соціальна робота». 2016. Випуск 2(39).

42. Доброва Н.В. *Соціальне підприємництво*. 2015. Вип. 59. С. 112–117.

43. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. *Соціальне підприємництво. Бізнес– модель. Реєстрація*. Київ : ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.

44. Дюк А. *Еволюція теоретичних положень концепції соціального підприємництва*. Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Серія Економіка. 2019. 809: с. 3-10.

45. Жигірь А.А. *Сутність підприємництва та чинники його економічного економічного розвитку*. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 20. С. 28-33
46. Каменко І. С. *Соціальне підприємництво в Україні: економіко-правовий аналіз*. 37 с.
47. Кіреєва О. Б. *Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики*. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2011. 13 с.
48. Коваленко Н.С. *Соціальне підприємництво: сучасні тенденції*. 2010. № 1. С. 96–101
49. Луговенко Н.В., Коваленко Н.В. *Соціальні підприємства як інструмент діалогу держави і суспільства*. Інфраструктура ринку. 2020. Випуск 42.
50. Маркович І.Б., Бажанова Н.В., Паляниця В.А. *Соціальне підприємництво та соціально відповідальний бізнес. Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального розвитку територіально-господарських систем: монографія*. 2021. С. 187-192.
51. Новик І. *Соціальне підприємництво: стан та перспективи*. 2022. № 45. 8 с.
52. О. А. Рахманов, С. С. Бульбенюк, Ю. М. Манелюк *Історія соціології : навчальний посібник*. КНЕУ. 2017. 279 с.
53. Олетт Б. *24 кроки до успішного старту*. Дисципліноване підприємництво. Київ : Книголав. 2019. 288 с.
54. Педько А. *Основи підприємництва і бізнес культури*. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 272 с.
55. Сандакова О. *Соціальне підприємництво: що це? Наша громада*. 2010. № 1. С. 19–24
56. Смалъ В., Кокоть В. *Що слід знати про соціальне підприємництво : посібник*. Київ, 2017. 58 с.

57. Колота А. *Соціальна відповідальність*. Навчальний посібник./за заг. ред. Київ: КНЕУ, 2015. 519 с. 11
58. Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. *Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін*. Посібник / - К:ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
59. Удодова В.І., Шаповал В.І. *Дослідження досвіду функціонування національних моделей соціального підприємництва*. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2013. №1042. С. 105–108
60. Чернета, С., Шостак, Л. *Сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняного соціального підприємництва*. 2022. С. 145–151
61. Шаповалова Т. В. *Соціальне підприємництво і фандрейзинг*. Навчальний посібник. Київ: МФСА, 2016, с.186
62. Швиданенко Г. О., Бойченко К. С. *Розвиток підприємства: стратегічні наміри, ризики та ефективність*: кол. монографія. Київ: КНЕУ, 2015
63. Шоля Р. І. *Соціальне підприємництво в Україні як тренд економічного розвитку*. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2019. Вип. 26.Ч. 2.С. 121–125.
64. Social Work and Social Development. *Theories and Skills for Developmental Social Work* / edited by J. Midgley, A. Conley. Oxford Press:2010
65. Starnawska M., Brzozowska A. Editorial Paper. *Social Entrepreneurship and Social Enterprise Phenomenon: Antecedents, Processes, Impact across Cultures and Contexts*. Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation. 2018. No 14 (2). P. 3–18.

Програма дослідження на тему «Соціальне підприємництво в умовах сучасної України»

1. Методологічна частина

Проблемна ситуація. Нерозв'язані соціальні проблеми, зменшення соціального захисту громадян і велика розбіжність у розподілі доходів між соціальними групами завжди призводять до серйозного розколу в суспільстві, зниження рівня благополуччя та дестабілізації економічної та політичної ситуації в країні. В той же час, сучасна соціально-економічна політика не може бути успішною без виконання основної мети - задоволення потреб громадян, забезпечення підвищення якості життя та загального добробуту. Соціальне підприємництво спрямовує свої зусилля на надання послуг споживачам та реалізацію проектів, які мають соціальне значення.

Розв'язання нагальних соціальних проблем вимагає не лише зусиль держави, але й активної участі громадян, розвитку соціальних підприємців та формування нових соціальних середовищ, спрямованих на покращення якості життя у країні. Для досягнення цих цілей необхідно проводити стимулюючі заходи та планувати інфраструктуру для розвитку інноваційного бізнесу та соціального підприємництва. Однак, це неможливо без ґрунтовного дослідження потенціалу розвитку інноваційного бізнесу у сфері соціального підприємництва.

Згідно з дослідженням «Соціальне підприємництво в Україні: Економіко-правовий аналіз» (2020) [13], кількість соціальних підприємств в Україні становить приблизно 1000. Проте, порівняно з країнами Європи та Америки, їх відносна частка у загальній структурі підприємств є дуже невеликою.

В Україні неприбуткові організації розглядають соціальне підприємництво як засіб для поліпшення фінансової самодостатності українського неприбуткового сектору. Тому вони впроваджують програми

розвитку соціального підприємництва в рамках міжнародних ініціатив. Одночасно виникає питання, чи можлива трансформація не лише інститутів, але й індивідуальних осіб, які обирають шлях використання ресурсів, які потенційно можуть привести до їх особистого збагачення на користь інших людей.

У контексті розвитку ринку в Україні, специфіка культури або історії не впливає на успіх підприємця, якщо він відповідає загальноприйнятому визначенню підприємництва або класичному розумінню цього поняття. Багатогранність особистості підприємця і загальна концепція підприємництва визначаються його соціальною поведінкою в процесі підприємницької діяльності.

У порівнянні з управлінням бізнесом, добровільний характер участі в неприбутковому секторі може стати важливим фактором, що підсилює мотивацію до зайняття соціальним бізнесом. Можливо, тому варто розрізняти «соціального підприємця» від «соціально відповідального бізнесмена». Хоча їх функції, стиль та принципи надання допомоги та організаційні аспекти бізнесу можуть бути схожими, мотивація в процесі прийняття рішення про допомогу відіграє важливу роль у визначенні їхньої відмінності. Це питання може бути предметом дослідження в галузі соціологічної науки.

Мета. Метою є дослідження шляхів та методів управління соціальними підприємствами в умовах сучасної України.

Завдання:

- розкрити особливості управління соціальним підприємством в сучасних умовах;
- оцінити перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні;
- дослідити який вплив здійснюють соціальні підприємства на розвиток ринкової економіки та відбудову держави;

- визначити напрямки соціальних та комерційних цілей діяльності підприємств;
- визначити вплив російсько-української війни на функціонування соціальних підприємств на найближчі 5-10 років.

Об'єктом дослідження є соціальні підприємці України.

Предметом дослідження є процес становлення і розвитку соціального підприємництва та його вплив на вирішення суспільних проблем.

Теоретична інтерпретація понять.

Підприємництво – самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик, господарська діяльність задля досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Соціальне підприємництво – це діяльність підприємств чи організацій, які функціонують з метою отримання прибутку і його спрямування на виконання соціальної місії в контексті вирішення суспільних проблем, або працюють у сфері неприбуткової діяльності, спрямованої на досягнення соціального ефекту.

Соціальний підприємець - центральна діюча особа соціального підприємництва, від особистісних соціально-психологічних якостей якої залежить успіх соціального підприємства.

Соціальні інновації - це явища в соціальній сфері суспільства, яких не було на попередній стадії його розвитку і які виникли природним чином або введені за ініціативою суб'єктів управління — держави, церкви і т.д.

Соціально незахищені верстви населення - люди, котрі мають дохід менше прожиткового мінімуму, особи з інвалідністю, учасники бойових дій, діти-сироти тощо.

Соціальна економіка - це економічна тенденція, що характеризується необхідністю управління та організації різних ресурсів та економічних інститутів, надаючи пріоритет соціальним та справедливим інтересам.

Соціально-економічний розвиток - процес трансформації відносин між економічними суб'єктами та соціальними групами населення.

Гіпотези.

Гіпотеза 1. Розвиток соціального підприємництва загальмувався в Україні у зв'язку з війною.

Гіпотеза 2. Соціальне підприємство в майбутньому буде дуже актуальним

Гіпотеза 3. Соціальні підприємства в Україні не є поширеним явищем.

Гіпотеза 4. Створення сприятливих умов для розвитку соціального підприємництва може стати одним з інструментів боротьби з бідністю та безробіттям в Україні.

Гіпотеза 5. Соціальне підприємство в Україні розвивається попри всі перешкоди.

Гіпотеза 6. Розвиток соціального підприємництва може сприяти покращенню якості життя вразливих груп населення в Україні, таких як люди з інвалідністю, бездомні, малозабезпечені та інші.

Гіпотеза 7. Соціальні підприємства є важливим чинником волонтерських ініціатив.

Гіпотеза 8. Ефективний розвиток соціального підприємництва в Україні може залежати від створення сприятливого середовища для його розвитку, включаючи законодавчу базу, фінансову підтримку, підтримку громадських організацій та інші чинники.

Гіпотеза 9. Розвиток соціального підприємництва може сприяти підвищенню рівня соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Операціоналізація

1. Місія соціального підприємництва

- 1.1 Підтримка людей з вразливих категорій
- 1.2 Працевлаштування людей із вразливих категорій
- 1.3 Покращення здоров'я та благополуччя громади
- 1.4 Вирішення соціальної проблеми

2. Джерела фінансування

- 2.1 Підприємство фінансується з власних доходів
- 2.2 Отримує фінансову підтримку від місцевого уряду
- 2.3 Грантова підтримка
- 2.4 Пожертви

3. Бар'єри в розвитку соціальних підприємств

- 3.1 Недостача фінансування
- 3.2 Відсутність законодавства
- 3.3 Корупція

Обґрунтування вибірки. В дослідженні буде використовуватись цілеспрямована вибірка, основним критерієм для вибору респондента є те, щоб він був соціальним підприємцем. Інші критерії, такі як вік, стать, робота і тд. не беруться до уваги.

Основні методи конкретно-соціологічного дослідження. В даному дослідженні буде використовуватись якісний метод отримання інформації, а саме метод глибинного інтерв'ю. Таке інтерв'ю вирізняється тривалістю, відсутністю стандартизованості та увагою до деталей. Враховуються також інтонація, жести, пози респондента.

Запитання:

1. Розкажіть про себе, Ваше ім'я, вік?
2. Вкажіть, будь ласка, назву Вашого соціального підприємства ?
3. Коли і чому Ви вирішили створити соціальне підприємство? Якими були Ваші перші кроки?
4. Якою є місія вашого підприємства?
5. У чому полягає діяльність Вашого підприємства, які товари чи послуги Ви виробляєте?
6. На вирішення яких соціальних проблем спрямована діяльність Вашого соціального підприємства?
7. Які виникали проблеми при створенні підприємства?
8. Чи проходили Ви якесь навчання? Якщо так, розкажіть нам про це детальніше: хто проводив, як довго воно тривало, що було найбільш корисним?
9. Де Ви отримали початкове фінансування (грант, кредит, інвестиції)?
10. Коли Ви почали отримувати прибуток?
11. Чи маєте Ви стратегію розвитку Вашого соціального підприємства? Якщо ні, то чому? Чи передбачає Ваша стратегія розширення на нові ринки/сектори?
12. Як Ви дивитесь до залучення соціально незахищених верств населення у свій бізнес?
13. Яким чином розподіляється прибуток Вашого соціального підприємства
14. Як війна вплинула на функціонування соціальних підприємств?
15. Які основні тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні впродовж останніх років Ви відслідковуєте?

16. На Вашу думку, чи є Україна привабливою для залучення соціальних інвесторів? Чому так або чому ні?

17. Чи очікуєте (очікували б) податкові пільги для свого підприємства від держави сьогодні чи в майбутньому?

18. На Вашу думку, як підвищити обізнаність населення щодо соціального підприємництва?

19. Чи знаєте Ви інших соціальних підприємців? Чи спілкуєтесь Ви з ними?

20. Які рекомендації Ви могли б дати соціальним підприємцям-початківцям? Може є якісь типові помилки?

21. Опишіть цікавий випадок (або те що Вас вразило найбільше) із Вашої діяльності як соціального підприємця?

Транскрипт проведеного інтерв'ю

I: Доброго дня, мене звати Юра, я студент 4 курсу спеціальності «Соціологія», проводжу соціологічне дослідження на тему «Соціальне підприємництво в умовах сучасної України». Перше питання: розкажіть про себе, ваше ім'я, ваш вік?

P: Мене звати Тарас, мені 29 років. Наша компанія називається Соціальна майстерня «WoodLuck». Працюємо з 2016 року, виготовляємо меблі на замовлення з дерева, з металу та корпусні меблі.

I: Коли і чому ви вирішили створити соціальне підприємство і якими були ваші перші кроки?

P: Нас є двоє співвласників: я і мій брат Андрій. Власне створити соціальне підприємство це його більше ідея, і вона в нього появилася, коли він навчався в УКУ. Він ще тоді розумів, що не хоче, щоб був просто бізнес як бізнес, якийсь має бути сенс в тому бізнесі. Ось так і зародилася ідея щодо створення соціального бізнесу.

I: Якими були самі перші кроки?

P: Перші кроки і взагалі ідея полягала в тому, щоб брати на роботу студентів сиріт, які навчаються в бурсах, в ПТУ і щоб вони там не спивалися, а на жаль зараз це дуже часто таке буває з молодими випускниками, студентами, учнями, намагалися їх брати в на роботу до себе, щоб виготовляти меблі, але походивши трохи по училищах ми зрозуміли, що ця ідея трошки провальна, тому що якщо це гарний майстер-столяр, то він їде зразу в Польщу, в Чехію на заробітки, а якщо це поганий працівник, то зазвичай йому точно не до роботи. Він вже має які підзаробітки або поганий студент йому не цікаво працювати в своїй сфері.

I: Якою є саме місія вашого підприємства?

Р: Оскільки в нас не получилось зі студентами сиротами, ми вирішили почати працювати з людьми, які пройшли реабілітацію після алкозалежності, наркозалежності, і це сформувало нашу місію: це виготовлення якісних меблів, залучаючи до роботи категорію людей з вразливих ніш. Ну в даному випадку ми працюємо з реабілітантами, з людьми які пройшли реабілітацію.

І: У чому полягає діяльність вашого підприємства? Які товари чи послуги ви виробляєте?

Р: Ми виготовляємо меблі на замовленнями починали зі стилю лофт, натуральне дерево, метал, але великий запит був ще й на корпусні меблі, то почали ще активно і виготовляти корпусні меблі на замовлення, шафи-купе, кухні, меблі для офісів такого плану.

І: На вирішення яких соціальних проблем спрямована діяльність вашого підприємства?

Р: Реабілітація і колишні наркозалежні, алкозалежні люди, для них знайти роботу неймовірно важко, тому що мало хто з роботодавців розглядає таких кандидатів, як своїми робітниками і ми вирішили, що цю проблему не варто замовчувати, а її можна намагатися вирішити і в її вирішуємо.

І: Які виникали проблеми при створенні підприємства?

Р: Так як я вже згадував ми планували що це будуть спочатку працевлаштувати сиріт. Але першою проблемою було то що в нас в Україні мебляр чи меблевик не дуже актуальні, такі престижні професії і вони не є дуже високооплачувані. Тому це була і є досі проблема, що проблема кадрів, проблема людей.

І: Чи проходили ви десь навчання щодо цього?

Р: Загалом ні Андрій мій брат, ні я не є за освітою столярі, не є меблевиками. Він навчався в УКУ, я навчався також в ЛНУ, як і ви, але в нас було велика бажання працювати, вчитися і розвиватися. Зрозуміло що пройшли різні підготовчі курси по управлінні людьми, персоналом, тому що команда

збільшується росте і потрібно навчатися і здобувати навички для управління людьми.

I: Де ви отримали початкове фінансування?

P: Ми почали працювати спочатку за свої кошти, але ми отримали і гранти для того щоб закупити як професійне обладнання, потім ми отримали ще один градус, зараз я вам покажу, отримали гранти DG в 2016 році і також ми отримали грант у 18-му році на закупку обладнання. У 20-му році ми отримали грант на закупку техніки, це насправді був такий мікро-грант, кожен грант є дуже важливий для підтримки і розвитку, мені здається будь-якого підприємства, яке хоче розвиватися і процвітати.

I: Коли ви почали отримувати прибуток?

P: Насправді нам повезло, бо ми майже не було ніколи збитковими, тобто ми завжди намагається вийти на 0, щоб не бути збитковими, але останні місяці, навіть ще перед початком повномасштабного вторгнення в нас були досить непогані і можливо прибутки не були якісь там великі, чи які би хотілося, але ми вже не були збитковими, тобто з 5-го року ведення бізнесу ми вже, можна сказати почали заробляти й не бути збитковими.

I: Чи маєте ви стратегію розвитку вашого соціального підприємства?

P: Не знаю чи є це прям прям стратегією, але в нас є плани куди ми хочемо дійти, куди ми рухаємося.

I: Як ви дивитеся до залучення соціально незахищених верств населення в свій бізнес

P: Це є власне наша місія, щоб працювати з такими людьми і дивимося на це з позитивом.

I: Яким чином розподіляється прибуток вашого підприємства?

P: В нас 10% прибутку ми віддаємо на різні проекти соціальні. Ми працюємо з «Українською освітньою платформою», там є проект «Добрий сусід». Допомагаємо меблями сім'ям, які є в скруті. От це такий основний напрямок.

I: Як війна вплинула на функціонування вашого підприємства?

P: Коли почалася вже війна, троє наших працівників взяли зброю до рук, пішли працювати, тобто ми зазнали серйозний такий удар по кадрах, по працівниках. Зрозуміло, що в перші місяці війни, людям було не до меблів, потрібно розуміти цей факт. Але ми не зупинялися ні на один день. Ми спільну з раніше вже згаданою «Українською освітньою платформою» виготовляли ліжка для ВПО яких був шалений такий приплив їх. Вони нам закупували сировину, ми виготовляли ліжка. Загалом ми виготовили 3000 ліжок. Ще ми виготовляли протитанкові їжаки в перші дні вторгнення, але потім з місяця червня ми знову почали працювати з клієнтами і налагоджувати роботу. Дуже нам допомогло в цей час, що різні благодійні фонди створювали шелтери і центри для переселенців, і туди потрібні були меблі і декілька з таких шелтерів ми умеблювали, зрозуміло, що там не була якась шалена, космічна маржа чи націнка, але ми могли вже нормально покрити сировину і навіть зарплати.

I: Які основні тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні впродовж останніх років ви відслідковуєте?

P: У 2017 році я мав нагоду поїхати в Нідерланди на екскурсію по соціальних підприємствах. І почав все більше і більше цікавитись власне соціальним бізнесом. А виявляється, що нас в Україні є вже чимало таких проектів. «Оселя» всім відома, мабуть «Горіховий Гай» і зовсім недавно відкрився ще один бізнес соціальний, я знаю прекрасно цю дівчинку, що започаткувала. Вони виготовляють сумки, рюкзаки, бананки із залишків тканин з меблевого виробництва щоб їх спалювати, не забруднювати атмосферу, а просто дати інший шанс на життя і це насправді також дуже круто, тому що ми трошки бережемо нашу екологію. Появилось в нас у Львові соціальне кафе знаю, в області появляються різні бізнеси, навіть знаю, що коли ще було АТО, поверталися атошники і відкривали там піцерію, чи якусь майстерню, та їх насправді дуже багато появляється таких бізнесів.

I: На вашу думку чи є Україна привабливою для залучення соціальних інвесторів

P: Україна точно є привабливою для залучення інвестицій це факт. Якщо коротко то є привабливою.

I: Чи очікуєте в майбутньому податкові пільги для свого підприємства від держави?

P: Насправді у нас в Україні надзвичайно сприятливі умови для ведення бізнесу і якщо хтось жаліється і нарікає на це, це просто або людина погано дружить з цифрами і немає розуміння взагалі як ведеться бізнес в Європі і які там є податки, яке законодавство, тому у нас точно в Україні не можна жалітися на це. Навіть ФОПи в нас на 5 відсотків податку це неймовірно прекрасно.

I: На вашу думку як підвищити обізнаність населення щодо соціальних підприємств?

P: Це дуже непросте питання і просто так дати відповідь відповідь, це я не готовий. Потрібно напевно не так розповідати про соціальне підприємництво, як виховувати свідомих громадян, це має починатися від батьків закінчувати університетами, тобто основне завдання це має бути випуск цінного свідомого громадянина, і неважливо чи є диплом якогось училища чи це диплом якоїсь академії, то це абсолютно немає значення, головне щоб був свідомий кадр.

I: Чи знаєте інших соціальних підприємців? Чи спілкуєтеся ви з ними?

P: Останнім часом стали дуже багато спілкуємося з різними підприємцями. Із соціальними підприємствами я вже раніше згадував про тих людей, які шують сумки, це можна сказати навіть наші друзі, часто спілкуємося. З іншими не часто насправді. Іноді перетинаємося на різних заходах, організованими різними підприємцями, але щоб так хтось відкрито заявляв що давайте зустрінемося соціальними підприємцями, то воно поки ще немає. Хоча я бачу тенденції, що воно до того йде. Зараз всі починають говорити, що там потрібно меблевикам об'єднуватись, створюється меблевий кластер. Раніше так

само звучали заклики давайте об'єднатися соціальні підприємства, підтримувати один одного і зрозуміло, що спочатку це всі пропускають повз вуха, має пройти деякий час, щоб цю думку переварити і відповідно вже отримати якісь рішення.

I: Які рекомендації ви могли дати соціальним-підприємцям початківцям? Які типові помилки на початку?

P: Я не знаю що тут варто вживати взагалі слово соціальне підприємство. Важливо що би ти не починав робити потрібно бути зарядженим ентузіастом, настільки, щоб будь-які перешкоди не змогли зупинити тебе. То напевно найважливіше. А все інше, о Боже, щоб навчитись їздити на велосипеді, ну іноді треба з нього впасти. Треба не здаватися, впав треба встати підняти свою дупцю і знову спробувати крутити педалі.

I: Опишіть цікавий випадок з вашої діяльності як соціального підприємця? Або що вас найбільше вразило?

P: Насправді, далеко не всі наші замовники, які замовляють меблі знають, що ми соціальна майстерня, і що в нас працюють колишні наркомани, алкозалежні. І одного разу я спілкувався з клієнтом, і клієнт я це дізнався, каже: не, я не допущу до хати монтажників таких, щоб вони мені щось не винесли, не вкрали чи ще щось. Ви мені довіряєте? Кажуть , так. Я абсолютно довіряю своїм людям, і якщо ви мені довіряєте, то значить довіряєте моїм вантажникам. Вона сказала: «ні, я не буду в вас замовляти меблі». Це для мене було таким трошки, ну не то що шоком, ну ти розумієш, що в нас є стереотипне мислення в суспільстві воно так швидко не минає має пройти деякий час.

I: У мене все, дякую за інтерв'ю. Було цікаво послухати, до побачення

P: До побачення.