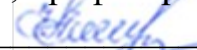


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРИУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

До захисту допустити:
Завідувач кафедри
д.е.н., професор Чечель А.О.



«05» січня 2024 р.

**«РОЗВИТОК ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДТРИМКИ СОЦІАЛЬНОГО
ПІДПРИЄМНИЦТВА В МОЛОДІЖНИХ ПРОЕКТАХ»**

Кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
281 Публічне управління та
адміністрування
Хлистової Анастасії Андріївни
Науковий керівник:
Чечель Анна Олександрівна
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри публічного управління
та адміністрування
Рецензент:
Чернишов Олександр Юрійович, к.е.н.,
доцент, доцент кафедри економіки та
бізнес-технологій Національного
авіаційного університету

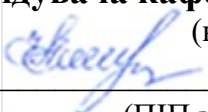
Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою _____
Секретар ЕК _____
«__» _____ 2024 р.

Київ – 2024

**МАРИУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

Рівень вищої освіти _____ другий (магістерський)
Шифр та назва спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування
Освітньо-професійна програма Публічне управління та адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувача кафедри д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)

Чечель А.О.
(ППІ завідувача кафедри)

ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Хлистова Анастасія Андріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи **Розвиток інструментарію публічного управління підтримки соціального підприємництва в молодіжних проєктах**
керівник роботи Чечель Анна Олександрівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри публічного управління та адміністрування
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом вищого навчального закладу від

2. Строк подання студентом роботи 01.12.2023

3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)

Мета роботи – на підставі аналізу діючих в Україні програм підтримки соціальних молодіжних проєктів обґрунтувати рекомендації для органів публічної влади, місцевого самоврядування та громадськості щодо подальших шляхів розвитку молодіжних проєктів соціального підприємництва.

Об'єктом дослідження виступає різноманітний інструментарій публічного управління, спрямований на підтримку молодіжного соціального підприємництва – законодавчі акти, урядові та регіональні програми, навчальні платформи, громадські проєкти.

Предметом дослідження є проєкти молодіжного соціального підприємництва в Україні.

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження соціального підприємництва в молодіжних проєктах.

Розділ 2. Сучасний стан соціального підприємництва в Україні як тло для розвитку молодіжних проєктів.

Розділ 3. Розвиток соціально-підприємницького інструментарію в молодіжних проєктах.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Чечель А.О., д.е.н., професор	01.09.2023	01.09.2023
2	Чечель А.О., д.е.н., професор	10.09.2023	10.09.2023
3	Чечель А.О., д.е.н., професор	20.09.2023	20.09.2023

6. Дата видачі завдання «01» вересня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1.	Погодження теми кваліфікаційної роботи	01-07.09.2023	
2.	Складання та погодження плану кваліфікаційної роботи	01.09.2023	
3.	Написання Вступу та 1 розділу кваліфікаційної роботи	02-30.09.2023	
4.	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	01-30.10.2023	
5.	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	01-22.11.2023	
6.	Написання Висновків та оформлення списку літератури, додатків	22-26.11.2023	
7.	Подання завершеної кваліфікаційної роботи на кафедру	30.11.2023	

Здобувач
ХЛИСТОВА

Анастасія

(власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Науковий керівник роботи

(підпис)

Анна ЧЕЧЕЛЬ

(власне ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В МОЛОДІЖНИХ ПРОЄКТАХ	9
1.1. Регіон і як об'єкти управління.....	9
...	
1.2. Огляд основних концепцій публічного управління щодо підтримки та розвитку соціального підприємництва.....	18
1.3. Правовий контекст та стимули підтримки соціальних підприємців у країнах Європи.....	28
.....	
Висновки до Розділу 1	46
РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЯК ТЛО ДЛЯ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНИХ ПРОЄКТІВ	49
.....	
2.1. Ресурсний, законодавчий та інвестиційний потенціал соціального підприємництва в Україні.....	49
...	
2.2. Можливості молоді в соціальному підприємстві.....	61
.....	
2.3. Державне регулювання та підтримка соціального підприємництва.....	81
Висновки до Розділу 2	81
РОЗДІЛ 3 РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ В МОЛОДІЖНИХ ПРОЄКТАХ	83
...	
3.1. Ефективні моделі молодіжного соціального підприємництва....	83
3.2. Аналіз стратегічних складових досліджуваних проєктів молодіжного соціального підприємництва.....	93
3.3. Обґрунтування рекомендацій для органів публічної влади, місцевого самоврядування та громадськості щодо подальших шляхів розвитку молодіжних проєктів соціального підприємництва в умовах воєнної та повоєнної України.....	106
.....	

Висновки до Розділу З	112
ВИСНОВКИ	114
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	117

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні в умовах численних викликів будь-який бізнес переживає соціальну трансформацію, змінюючи основний фокус з прибутку на цінність для суспільства. Одночасно трансформується і суспільство, в бік більш свідомого і відповідального ставлення до використання ресурсів, доказом цього є Глобальні цілі сталого розвитку до 2030 року. Виникають підприємства, які працюють інакше, вони створюються з ідеєю змінити світ, справити позитивний вплив на соціум та довкілля. Соціальне підприємництво все частіше називають бізнесом майбутнього: це певним чином гібридна модель, яка базується на відомому підході «Прибуток-Люди-Планета». Більш успішний розвиток цієї ідеї можливий, якщо вона буде вкладатися в розум і практичну діяльність молодих людей, які свою енергію, креативність, нетрадиційні підходи зможуть втілити в практиці роботи підприємств і створити екосистему, сприятливу для створення відповідного бізнес-середовища.

В Україні наразі фіксується цілий ряд позитивних зрушень щодо розвитку ідей соціального підприємництва – вже понад десять років у країні працюють різноманітні європейські програми та бізнес-школи, створено понад десять вітчизняних навчальних платформ, постійно описуються і поширюються в різноманітних медіа успішні практики створення та роботи соціальних підприємств, в тому числі молодіжних. Разом із тим, на думку експертів, фінанси, людський ресурс та підтримка держави чи місцевої влади – фактори, які до сьогодні визначають діяльність соціальних підприємців, і від їх наявності чи вдалого поєднання залежить успіх цього бізнесу. Дослідження цих факторів в контексті молодіжного соціального підприємництва доповнюється також проблемами обізнаності молоді з тими можливостями, які надає держава та громадянське суспільство для її розвитку, планування кар'єри і працевлаштування.

Мета і задачі дослідження: на підставі аналізу діючих в Україні програм підтримки соціальних молодіжних проєктів обґрунтувати рекомендації для органів публічної влади, місцевого самоврядування та громадськості щодо подальших шляхів розвитку молодіжних проєктів соціального підприємництва.

Досягнення поставленої мети у кваліфікаційній роботі забезпечує вирішення таких **завдань**:

- розглянути основні концепції публічного управління щодо підтримки та розвитку соціального підприємництва;
- дослідити базові моделі й форми соціального підприємництва та варіанти їх формування в молодіжних проєктах;
- узагальнити зарубіжний досвід законодавчого забезпечення та стимулювання соціальних підприємців;
- проаналізувати ресурсний, законодавчий та інвестиційний потенціал соціального підприємництва в Україні;
- визначити можливості молоді в соціальному підприємстві в Україні;
- з'ясувати механізми державного регулювання та підтримки соціального підприємництва в Україні;
- виявити ефективні моделі молодіжного соціального підприємництва;
- проаналізувати стратегічні складові молодіжних проєктів соціального підприємництва;
- обґрунтувати рекомендації для органів публічної влади, місцевого самоврядування та громадськості щодо подальших шляхів розвитку молодіжних проєктів соціального підприємництва.

Об'єктом дослідження виступає різноманітний інструментарій публічного управління, спрямований на підтримку молодіжного соціального підприємництва – законодавчі акти, урядові та регіональні програми, навчальні платформи, громадські проєкти.

Предметом дослідження є проєкти молодіжного соціального

підприємництва в Україні.

Методи дослідження. При виконанні кваліфікаційної роботи були використані наступні **методи**: аналітичний – для виявлення ресурсного, законодавчого та інвестиційного потенціалу соціального підприємництва, порівняльний – для опису зарубіжного досвіду законодавчого забезпечення та стимулювання соціальних підприємств, узагальнення – для дослідження базових моделей і форм соціального підприємництва, метод кейс-стаді – для вивчення організацій-виконавців молодіжних проєктів, Social Enterprise Canvas – для оцінки стратегічних складових обраних підприємств та інші.

Інформаційну базу дослідження склали: дані з офіційних сайтів України, сайтів громадських організацій, сайтів зарубіжних фондів і програм для підтримки соціальних підприємців, аналітичні звіти щодо соціального підприємництва міжнародних організацій.

Наукове значення та практична цінність роботи полягає у наступному:

- обґрунтовано високий потенціал соціально-підприємницьких ініціатив на рівні місцевих громад та окремих підприємців середнього та малого бізнесу та визначено зростання під час війни участі громадянського сектора нашої країни і інвестиційно-інформаційній підтримці соціального підприємництва поряд з іноземними інвесторами та коучами;

- на підставі застосування методу «Social Enterprise Canvas», визначено чинники, які впливають на тривалість життя соціального проєкту (актуальність і поширеність соціальної потреби, унікальність пропозиції соціального підприємства та відсутність альтернативних способів задоволення соціальної потреби, зрозумілість та поширеність результатів соціального проєкту серед адресних груп та груп підтримки, зрозумілі стейкхолдерам канали комунікації та їх відповідність очікуванням стейкхолдерів, авторитет партнерів) і встановлено їх залежність від людського ресурсу.

- обґрунтовано рекомендації щодо розвитку проєктів молодіжного соціального підприємництва, які пов'язані з необхідністю: закріплення в законодавстві можливості аутсорсингу соціальних послуг, які могли би надавати соціальні підприємства, в тому числі молодіжні; відзначення молодіжних соціальних підприємств в Каталогах найкращих практик молодіжної роботи в Україні; поширення через регіональні медіа як прикладів успішного молодіжного соціального підприємництва, його визначної ролі у зв'язку між суспільними та комерційними інтересами, так і інформації про доступну допомогу соціальним підприємцям щодо питань юридичного оформлення, ведення та можливих перешкод в цьому напрямку бізнесу; навчання соціальному підприємництву у всіх типах і формах навчальних інституцій.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В МОЛОДІЖНИХ ПРОЄКТАХ

1.1. Огляд основних концепцій публічного управління щодо підтримки та розвитку соціального підприємництва

Проблема концептуалізації поняття «соціальне підприємництво» неодноразово піднімається в науковій літературі. Науковці розробили низку окремих підходів до розуміння цього концепту. Але з огляду на мету і задачі нашого дослідження ми будемо розглядати соціальне підприємництво з точки зору його співвідношення із соціальною функцією держави, яка розуміється як турбота про матеріальний добробут громадян, регулювання економіки з обов'язковим урахуванням екологічних вимог, захист економічних і соціальних прав людини [49].

Відзначаючи соціальну функцію держави як фундаментальну категорію публічного управління, М.В. Белова відзначає, що соціальна держава має бути насамперед оцінюючим та перетворюючим суспільним фактором, а також гарантувати кожному члену суспільства гідний для людини рівень існування, зниження розбіжностей в рівні добробуту, ліквідацію відносин залежності й встановлення відповідного контролю [3].

Ці засадничі визначення спрямовують нас до пошуку та розгляду концепцій соціального підприємництва в таких засадничих для публічного управління сферах як правова, економічна та соціальна.

Ефективне втілення у життя економічних та соціальних інститутів ґрунтується на правовому регулюванні. З точки зору права «держава повинна забезпечити гарантування соціальної безпеки громадян, створення умов для повного здійснення їхніх прав на працю, достатній життєвий рівень; зняття та пом'якшення соціальних суперечностей за допомогою гуманітарної і справедливої соціальної політики» [49]. І таке забезпечення, якщо воно

фактично виконується, свідчить про стабільність її соціальної політики, нівелювання протиріч та позитивний імідж держави добробуту та піклування.

Усі правові обґрунтування соціальної функції держави, наслідком якої є підтримка соціального підприємництва, розглядаємо в межах правового концептуального підходу до державного та публічного управління. Так, В. Вашкович обґрунтовує соціальну функцію держави як певний стандарт життя та соціальних норм і нормативів [8]. Якість життя та, знову ж таки, соціальний стандарт лежить в основі розуміння соціальної функції держави І. Арістовою, яка вказує на необхідність створення «...умов, що забезпечують гідне життя людини незалежно від її соціального стану, участі у виробництві сукупного національного доходу, а також належного правового механізму її соціальної захищеності відповідно до міжнародних стандартів» [1, с.19].

Окрім держави, як зазначає С. Горбатюк, в реалізації цілей соціогуманітарного розвитку, досягнення соціальної злагоди в суспільстві, створення умов для задоволення соціальних, культурних, духовних потреб людини і суспільства, можуть брати активну участь й інститути громадянського суспільства [13]. І, власне, ця заувага започатковує розгляд соціального підприємництва як такого інституту та учасника державно-громадського партнерства. Тобто суб'єкти приватного сектора, що беруть участь у реалізації соціальної функції держави, розширюють таким чином рамки соціальної функції через додаткові аспекти діяльності держави у вигляді підтримки та стимулювання суб'єктів, які додатково долучаються до втілення соціальної функції, нарівні з державою. Цей висновок підтверджується також в роботі В. Венцеля [9], який розглядає еволюцію соціальної функції держави в умовах сучасних трансформацій та зазначає, що соціальна функція держави в умовах трансформаційної економіки повинна відповідним чином модернізуватися. Вчений стверджує, що головним завданням соціальної політики держави в трансформаційній

економіці повинно бути формування нової ментальної парадигми у громадян, яка передбачає заміщення принципу всеосяжного державного патерналізму системою соціальних гарантій, які можуть надаватися як безпосередньо державою, так і суб'єктами, що з нею співпрацюють на засадах партнерства, виконуючи важливі задачі державної соціальної політики.

І дійсно, як зазначають Т.В. Міхайліна та Н.А. Мозгова, у сучасних умовах розвитку суспільства соціальна функція держави розглядається як дещо обмежена у можливостях своєї реалізації без широкого залучення інших суб'єктів, які з розвитком громадянського суспільства стають все більш потужними. Але вона ж розширюється за рахунок необхідності підтримки таких суб'єктів та надання їм додаткових гарантій і преференцій. Отже, лише ефективна реалізація соціальної функції держави у всіх її сталих та новітніх аспектах здатна спричинити формування повноцінної соціальної держави [35].

Правознавці зазначають, що робота таких суб'єктів – соціальних підприємств – має бути більш прозорою і законодавчо забезпеченою, ніж підприємств звичайного бізнесу, і тому аналіз законодавчих аспектів пов'язаний з виявленням правових підстав роботи соціальних підприємств в світі та Україні, а також юридичними формами роботи таких підприємств та їх раціональним обґрунтуванням.

Отже, не зважаючи на постійне кількісне зростання, легалізовані форми соціального підприємництва (в різних країнах) часто «приховані» серед сучасних правових форм, найперше, серед: – громадських об'єднань та благодійних фондів із комерційною діяльністю (приміром, 70% європейських країн дозволяють використовувати цю форму для діяльності соціальних підприємств); – кооперативів, що обслуговують суспільні або колективні інтереси (50% європейських країн дозволяють використовувати цю форму для діяльності соціальних підприємств); – акціонерних товариств, що ставлять чітку соціальну мету (60% європейських країн дозволяють використовувати цю форму для діяльності соціальних підприємств).

У багатьох країнах організація будь-якої правової форми може отримати статус “соціальне підприємство” у разі, якщо вона відповідає таким п’яти критеріям:

1. Соціальна мета діяльності;
2. Істотна комерційна складова у діяльності;
3. Незалежність від державного фінансування;
4. Соціальний розподіл прибутку;
5. Відповідальне корпоративне управління.

Для економістів важливою ознакою виконання державою своєї соціальної функції є адекватне поєднання виробництва з розподілом, обміном та споживанням. Як зауважує українська економістка Н.М. Деєва, «суспільство може ставити до вирішення лише ті завдання з соціальним підтекстом, щодо яких назріли реальні передумови і наявні відповідні ресурси. Можливості суспільства щодо соціалізації через сукупну здатність суб’єктів економіки пов’язуються з потенціалом її здійснення» [19, с. 37]. Цю адекватність вони пов’язують із створенням такої системи формування й реалізації соціальної політики, яка б ґрунтувалася не на підпорядкованості, а на засадах узгодженості інтересів і дій [19]. Відтак соціальне підприємництво вони розглядають саме як інструмент, який таку широку узгодженість інтересів може забезпечити.

Принципи діяльності соціального підприємства в межах економічного підходу в основному пов’язуються із звичними для суб’єктів господарювання принципами організації та управління бізнесом. Однак прибуток від їх діяльності має спрямовуватися головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи соціальні цілі.

Автор ідеї соціального підприємництва, М. Юнус визначає його як прибутковий бізнес, що дотримується принципів корпоративної соціальної відповідальності, має соціальні цілі, та прибутки від якого спрямовуються в основному на розвиток самого підприємства, а також на підтримку громади та втілення соціальних проєктів [29, с. 32].

У своїй книзі «Побудова соціального бізнесу» («Building Social Business») М. Юнус наводить сім базових принципів, на основі яких працює соціальний бізнес:

1. Мета бізнесу полягає в подоланні бідності чи розв'язанні інших соціальних проблем (в сфері здоров'я, освіти, довкілля тощо), а не максимізацію прибутку.

2. Він (бізнес) повинен бути фінансово та економічно стабільним.

3. Інвестори отримують рентабельність інвестицій, яка не перевищує суму їхніх вкладень.

4. Прибуток компанії використовується для її вдосконалення та розширення.

5. Бізнес повинен бути екологічно свідомим.

6. Працівники отримують ринкову заробітну платню, з кращими умовами праці.

7. «Робити це в задоволення» [69].

Загальне визначення соціального бізнесу, яке надає М. Юнус, включає обмеження інвесторів лише в поверненні вкладених коштів (не передбачає отримання прибутку від інвестицій), а також передбачає конкурентну заробітну плату з кращими умовами праці. Для забезпечення таких умов, соціальний бізнес повинен конкурувати із прибутковими класичними бізнесами на їхньому рівні.

Різні концепції соціально-політичного підходу виходять з розуміння соціального підприємництва як інструменту вирішення соціальних проблем громади та суспільства в цілому. Соціальне підприємництво, вважають фахівці соціально-політичної сфери, зумовлює важливі зміни у суспільстві, завдяки використанню нових підходів до вирішення соціальних проблем.

Зазвичай прийнято наводити три вирішальні макродинаміки, які зумовили виникнення соціальної підприємницької діяльності: уповільнення публічного пропонування соціальних послуг; існуюча нерівновага у розподілі рівня доходів, яка збільшила потребу в нових бізнес-стратегіях;

посилення конкуренції в некомерційному секторі за отримання грантів [57]. Окрім того, в зв'язку з новою структурою праці та науково-технічним прогресом у людей з'явилося більше свободи, часу, благ, здоров'я, відкритості, соціальної мобільності і впевненості в тому, що проблеми можуть бути вирішені новими способами. Люди усвідомили проблеми руйнування навколишнього середовища, катастрофу системи охорони здоров'я, ситуацію з порушенням прав людини, відсутність системи освіти і ескалацію насильства. Десятиліття неефективної політики, програна боротьба з бідністю, наркотиками і злочинністю довели неспроможність урядів усунути ці проблеми [4].

Розпочавшись як підприємства з допомоги низькокваліфікованим безробітним, які перебувають у групі ризику [64], з часом соціальні підприємства почали охоплювати більш широке коло соціальних проблем і вийшли на таке визначення щодо свого призначення та місії: це поняття «поєднує в собі пристрасть до соціальної місії з властивою бізнесу дисципліною, інновацією та рішучістю» [62]. Тобто їх функція є амбівалентною: отримати прибуток, завдяки чому вирішувати соціальні проблеми. Саме так окреслює межі та основні характеристики соціального підприємництва Самер Абу-Сайфан [61].

У своїй статті Самер Абу-Сайфан (Abu-Saifan) описує проблему з універсальним визначенням соціального підприємництва та намагається надати чітку та зрозумілу дефініцію поняття. В тій же статті автор пропонує його визначення через особу соціального підприємця (як низка авторів до нього): «Соціальний підприємець – це індивід, орієнтований на соціальну місію, який використовує підприємницьку поведінку для надання соціальної цінності менш привілейованим, все за допомогою підприємницько орієнтованої організації, яка є фінансово незалежною, самостійною та стійкою» [61, с.24].

Відповідно, з цього визначення випливає чотири ключові ознаки, які відрізняють соціальне підприємництво від інших типів підприємництва:

1. соціальні підприємці керуються місією;
2. діють як підприємці, керуючись місією та з метою створення соціальної цінності;
3. працюють в підприємницькій організації, спрямованій на інноваційність;
4. працюють в фінансово незалежній організації, яка планує та втілює стратегії з отримання прибутку та орієнтована на створення соціальної цінності.

В цій же статті Самер Абу-Сайфан називає соціальне підприємництво ареною, на якій підприємці можуть модифікувати свої дії та спрямовувати їх на привнесення соціальної цінності [61].

Соціальне підприємництво слід відрізнити від корпоративної соціальної відповідальності та діяльності благодійних організацій. Корпоративна соціальна відповідальність приватного бізнесу є другорядною ціллю після принесення акціонерам фінансової вигоди. Благодійні організації існують за рахунок пожертв, а соціальні підприємства здійснюють самостійну діяльність і намагаються забезпечити стійкість своїх проєктів. Соціальне підприємництво каталізує соціальні трансформації шляхом задоволення соціальних потреб [79]. Основна увага приділяється соціальній цінності, тоді як створення економічної цінності розглядається як необхідна умова для забезпечення фінансової життєздатності. Ряд авторів підкреслюють некомерційний характер соціальної підприємницької діяльності як відмітну рису соціального підприємництва. Але, соціальне підприємництво може відбуватися і на комерційній основі. У соціальному підприємстві створення суспільного добробуту є основною метою. Відмінна риса соціального підприємництва полягає в обмеженому потенціалі отримання вигоди [72]. Тобто, головною ознакою соціального підприємництва є те, що воно тягне за собою будь-які соціальні перетворення. Соціальне підприємництво акумулює все найкраще з бізнесу і держсектора. З одного боку, воно втілює в собі підприємницький дух

приватного сектора, а з іншого – намагається усунути ринкові невдачі і ставити інтереси суспільства вище приватних. Тому воно служить гідною альтернативою для вирішення суспільних і екологічних проблем [25].

Однак, ототожнювати соціальне підприємництво із корпоративною соціальною відповідальністю чи благодійністю не доречно, оскільки у них різні цілі” [68, с. 32].

З таким твердженням можна повністю погодитися, оскільки навіть в аспекті функцій держави і права благодійність і соціальне підприємництво суттєво відрізняються. Ці обидва інститути спрямовані на вирішення проблем громади і окремих індивідів, зниження соціальної напруги, – а отже реалізуються у межах соціальної функції держави та функції громадської згоди права. Як стверджують В. Купрійчук та В. Венцель, сучасний економічний розвиток та інертність державно-управлінського апарату не здатні повністю задовольнити зростаючі потреби соціуму в додаткових соціальних потребах, у запитах на новий рівень культурно-освітніх та інших соціальних послуг, комфортну економічну та соціальну інфраструктуру, що вказує на те, що суспільні потреби зростають випереджаючими темпами відносно економічної спроможності держави [31, с.110]. Таким чином, знаходить підтримку попередній висновок про залученість до реалізації соціальної функції держави інших суб’єктів, які більш обізнані у сучасному та(або) локальному контексті соціальних потреб, але роль держави у цих процесах не зменшується, а навіть зростає.

Таким чином, аналізуючи основні концепції публічного управління щодо підтримки соціального підприємництва, ми співставили їх з соціальною функцією держави та розподілили за трьома науковими підходами – правовим, економічним та соціальним. Представники цих підходів характеризують явище соціального підприємництва і його місце в концепціях публічного управління. При цьому вони зосереджуються переважно на одній зі структуроутворюючих ознак соціального підприємництва. Правознавці формулюють правові підстави для легальної роботи соціальних підприємств і

розвитку явища соціального підприємництва в різних країнах світу. Також метою докладання їх зусиль є обґрунтування та легітимація угод державно-правового партнерства, коли держава передає організаціям третього сектору та бізнесу (громадським об'єднанням, благодійним фондам із комерційною діяльністю, кооперативам, що обслуговують суспільні або колективні інтереси, акціонерним товариствам тощо) право участі у вирішенні гострих соціальних питань в частині фінансування їх забезпечення та організації різних форм відповідної роботи. Економісти вивчають, як уже розроблені та ефективні принципи організації та управління бізнесом, докладаються до діяльності соціального підприємства, з тим, щоб такий бізнес забезпечував рентабельність та фінансову незалежність його власникам і водночас досягав поставлених соціальних цілей. Фахівці соціально-політичної сфери розглядають нові підходи держави до вирішення соціальних проблем і акцентують увагу на тому, що, створюючи правові та економічні умови для роботи соціальних підприємств у своїй країні, держава каталізує соціально-політичні процеси, пов'язані із задоволенням соціальних, культурних та просвітницьких потреб своїх громадян та виводить забезпечення цих потреб на новий рівень, принагідно змінюючи суспільні норми та уявлення.

1.2. **Моделі й форми соціального підприємництва та варіанти їх формування в молодіжних проєктах**

Вивчення можливостей розвитку соціального підприємства як форм організації економічної та суспільно-корисної діяльності, а також форм зайнятості різних категорій населення, особливо тих, хто вразливий або частково виключений із соціально-економічного життя, важливо починати з розгляду моделей соціального підприємництва. Моделі соціального підприємництва, як зазначає В. Никифорак, дає три основні аспекти розуміння його сутності: соціальна спрямованість, підприємницький підхід, фінансова стійкість [42]. Відтак моделі, які ми далі більш детально будемо розглядати в своїй роботі, будуть акцентовані на здатності соціального підприємництва здійснювати соціальні перетворення; здатності до інноваційного, підприємницького способу створення соціального ефекту; здатності отримувати «подвійний ефект» – соціальний та економічний.

О.Б. Кіреєва в роботі «Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики» обґрунтовує моделі соціального бізнесу [26], які є найбільш поширеними в цій сфері та можуть утворювати змішані (гібридні) типи. Взнявши їх за основу, розглянемо, яким чином вони сьогодні представлені у вітчизняній спільноті соціального підприємництва.

1) *Модель підтримки підприємців* – підприємства надають фінансові послуги для відкриття власного бізнесу, які потім продають свої продукти чи послуги на відкритий ринок. Таким чином, суб'єкт соціального підприємництва акумулює кошти для розвитку соціального підприємництва, спільно з благоотримувачем вирішує виклики галузі та допомагає соціальним підприємствам досягати сталості, створювати суттєвий соціальний та екологічний вплив. Прикладом організації, що застосовує таку бізнес-модель, є Ukrainian Social Venture Fond (USVF), який надає фінансову та нефінансову підтримку для зміцнення соціальних підприємств та розвитку галузі соціального підприємництва. Як вказано на сайті фонду, це довгострокова та самоокупна ініціатива, яка забезпечує доступ до капіталу для тих соціальних

підприємств, що розпочинають свою діяльність, а також тих, що планують масштабуватись [50]. Серед відомих проєктів фонду - соціальне підприємство Woodlike, релоковане з Донеччини, що виробляє екологічні сувеніри з деревини. Соціальна місія цього підприємства – доводити, що Донеччина є складовою України з притаманною їй культурою та традиціями. В межах своєї місії підприємство виробляє патріотичну сувенірну продукцію, частина якої безкоштовно передається місцевим громадським організаціям та фестивалям української культури. Інвестиції, надані в 2022 році, допомогли придбати нове устаткування для деревообробної майстерні. За рік проєкту, завдяки новому обладнанню, вдалося досягти значних показників: кількість проданої продукції підприємства зросла з 201 одиниці до 4 705 одиниць. Кількість клієнтів зросла з 13 до 244 осіб, а дохід і прибуток збільшилися на 297%.

На рис. 1.1 схематично представлено механізм роботи цієї бізнес-моделі.

Рис. 1.1 Модель підтримки підприємців

2) *Модель посередника ринку* – підприємства постачають свої послуги з метою забезпечити їм доступ до ринків (удосконалення продукту, допомогу у виробництві чи збуті, кредитування тощо). У рамках цієї моделі (рис.1.2) соціальний підприємець виступає посередником, забезпечуючи доступ благоотримувача до ринку, але не за рахунок того, що благоотримувач виступає джерелом доходу (сплачуючи, наприклад, за інформаційну послугу, а за рахунок того, що купує продукцію від благоотримувача: для перепродажу або в якості сировини для подальшого виробництва. Якщо основна діяльність соціального підприємця пов'язана з виробництвом

продукції, і він закупає у благоотримувача сировину, комплектуючі тощо, то його фінансова модель будується на тій маржі, яку він отримує в результаті створення доданої вартості продукту. У тому випадку, якщо основна діяльність соціального підприємця знаходиться в сфері маркетингу та продажів і соціальний підприємець є дистриб'ютором продукції благоотримувача, то його доходом стає відсоток від фінальної вартості.

Даний тип бізнес-моделі широко використовується як в Україні, так і в інших країнах. Наприклад, у 2018 році в Україні за рахунок гранту Фонду підтримки малого і середнього підприємництва Проекту ПРОМІС розпочало роботу «Соціальне підприємство “Навчально-виробничий центр”». Зміст проєкту - професійні курси шиття для жінок із соціально вразливих груп, а також виробництво продукції для українського ринку. Суб'єктом соціального підприємництва і основним замовником продукції є французький бренд ІККС, співпраця з яким відбувається на умовах давальницької сировини. Виготовляють здебільшого жіночі блузки та сукні, а також дитячий і підлітковий одяг. У 2021 році центр випускав 3,5 тисячі одиниць продукції щомісяця.

На рис. 1.2 схематично представлено механізм роботи цієї бізнес-моделі.

Рис. 1.2. Модель посередника ринку

3) *Модель працевлаштування* – компанії надають можливість працевлаштування та професійного навчання людям, які не можуть створити конкуренцію на традиційному ринку праці (люди з фізичними вадами, бездомні, соціально незахищена молодь, колишні засуджені).

Особливість цієї моделі полягає в тому, що благоотримувач знаходиться всередині ланцюжка створення цінності. Ця модель відображає ідею працевлаштування, зайнятості вразливих груп населення. Місія організацій, що використовують дану бізнес-модель соціального підприємництва, пов'язана зі створенням умов для працевлаштування благоотримувачів, що сприяє їх соціальній та економічній інтеграції. При цьому фінансова стійкість, як правило, досягається за рахунок отримання доходу від продажу товарів або надання послуг на відкритому ринку. Це одна з найпоширеніших бізнес-моделей в соціальному підприємстві, основною метою якої є інтеграція, соціальна адаптація та поліпшення економічного становища певних груп осіб. Можна зазначити, що на території України ця модель почала розвиватися ще з кінця 19 століття у вигляді будинків працьовитості, які давали можливість сиротам, бідним отримати роботу і забезпечувати собі нормальні умови для існування [5]. Сьогодні з'являється все більше приватних ініціатив, спрямованих на соціалізацію та адаптацію певних груп людей, які не охоплені державними соціальними програмами і не затребувані ринком. Ці принципи покладені зокрема в роботу пекарні «Good bread from good people» в якій працюють особи з ментальною інвалідністю та отримують реабілітацію та соціалізацію, «Музей у темряві» де гідами працюють люди з вадами зору або повністю незрячі; «Горіховий дім» що працевлаштовує жінок, що опинилися в кризових ситуаціях. Ідея соціалізації, підвищення економічної стабільності осіб, які потребують цього, стала широко затребуваною у багатьох країнах в рамках соціального підприємництва, тому по всьому світу можна зустріти приклади виробничих, торгових компаній, організацій сфери послуг, де працюють люди з фізичними та ментальними обмеженнями, які опинилися в складній життєвій ситуації.

На рис. 1.3 схематично представлено функціонування цієї моделі і місце в ній благоотримувача – людей вразливих категорій, що отримують економічне забезпечення свого існування в рамках цієї моделі:

Рис. 1.3 Модель працевлаштування

4) *Модель фінансування послуг* – організації продають товари та надають послуги, а отриманий дохід використовують на фінансування соціальних програм (громадські організації найчастіше застосовують таку модель). Прикладом реалізації такого проекту в Україні є тепличне господарство Асоціації захисту прав та допомоги людям з інвалідністю «Відкриті серця». У 2019 році задля навчання та створення комплексних робочих місць для молоді з інвалідністю створено 8 комплексних робочих місць працевлаштовано 16 осіб з інвалідністю задіяно 10 осіб супроводу¹. Отриманий прибуток організація розподіляє для вдосконалення простору теплиць та майстерень, поширення досвіду побудови інклюзивної моделі трудової зайнятості колегам з інших міст і регіонів: підготовлені відеоуроки з формування навичок роботи в теплицях для людей з ментальними розладами, проводяться тренінги з облаштування комплексних робочих місць — розповідає про них на прикладі тепличного господарства та залучає до безпосередньої участі своїх підопічних.

На рис. 1.4 схематично представлено механізм роботи цієї бізнес-моделі.

Рис. 1.4 Модель фінансування послуг

5) *Модель «зв'язковий ринку»* – компанії сприяють торговельним відносинам між своїми клієнтами та зовнішнім ринком. Соціальне

¹ http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Case_Study_PLEDDG_SocP.pdf с. 13

підприємство діє як брокер, виконуючи роль зв'язкової ланки, за що й отримує оплату. Таким чином реалізується основна мета - забезпечення доступу благоотримувача до ринку. Зазвичай соціальний підприємець виконує функцію брокера, який не купує товар у благоотримувача. За таким принципом можуть працювати організації, які надають інформаційні послуги через створення майданчиків для обміну інформацією та здійснення комерційної діяльності, як в реальному форматі (торговельні майданчики, виставки), так і в онлайн-режимі (інформаційні інтернет-портали). Прикладами такої діяльності в Україні можуть служити Інтернет-платформи/сайти (ГУРТ (<https://www.gurt.org.ua/>), Громадський простір (<https://www.prostir.ua/>), [NGO Marketplace](https://www.ngo-marketplace.org.ua/) (<https://ednannia.ua/2-uncategorised/7759-ngo-marketplace>) та інші майданчики, Благоотримувач оплачує послугу, отримуючи доступ до ресурсів, послугі, які надає йому соціальний підприємець. Благоотримувач в такій моделі знаходиться на початку ланцюжка створення цінності, надаючи, наприклад, інформаційні ресурси, а соціальний підприємець перетворює даний ресурс в кінцевий продукт (наприклад, база даних) і надає його кінцевому користувачеві (рис/ 1.5).

Рис. 1.5 Модель «зв'язковий ринку»

Практики соціального підприємництва стверджують, що У чистому вигляді ця модель не існує, оскільки фінансову стійкість організації досить складно забезпечувати за рахунок невеликих внесків благоотримувачів. Тому часто соціальні підприємці включають в цю модель інші джерела надходження грошових коштів, наприклад дохід від оплати розміщення

реклами, абонентську плату від кінцевого користувача, тобто з'єднують кілька базових бізнес-моделей.

Аналіз наведених вище моделей соціального підприємництва дозволяє сформулювати ідею соціального проекту, пов'язану з урізноманітненням форм зайнятості молоді з урахуванням вимог сучасного суспільства, що рухається в європейському напрямку.

За інформацією Державної служби зайнятості, наведеною в роботі О. Ачкасової, ще в 2019 році молодь становила 39.2% від загальної кількості безробітних [2]. Вона також дослідила та узагальнила причини відмови, з якими стикаються молоді люди при пошуку свого першого місця роботи після отримання освіти. Зокрема вони полягають у тому, що роботодавці не хочуть брати людину без досвіду роботи. А серед інших причин високого рівня безробіття молоді на ринку праці вона виділяє:

неповну поінформованість про потреби сучасного ринку праці;

недостатнє усвідомлення, а відтак і мотивацію молоді людини в професійній реалізації;

невідповідність рівня якості освіти вимогам роботодавців стосовно вмінь молодого працівника;

низький рівень заробітної плати для молодих працівників, що викликає в молоді небажання працювати за освітою та змушує або працювати не за професією, або працевлаштовуватися в тіньовому секторі;

недостатнє стимулювання роботодавців до працевлаштування молоді, значне податкове навантаження на бізнес, що знижує чисельність працівників на підприємствах та стримує створення нових робочих місць для молоді;

низький рівень узгодженості та взаємодії між органами освіти, роботодавцями, органами служби зайнятості та іншими структурами, які діють на ринку праці молоді;

недооцінка роботодавцями всіх переваг молоді, її мобільності, гнучкості, свіжого мислення, трудового потенціалу;

нестійкість життєвих настанов;

низький рівень соціальної та психологічної адаптації до умов ринку праці та інші причини [2].

Зауважимо також, що в зв'язку з російсько-українською війною та необхідністю подальшого відновлення країни, ринок праці зазнає та продовжуватиме зазнавати сильних потрясінь та трансформацій, і рівень зайнятості молоді не збільшиться через названі та інші причини. Разом із тим, змінений в результаті цієї війни рівень суспільної свідомості молодих українців та їх особливе ставлення до поняття соціальна цінність, дозволяє розглядати соціальне підприємництво як один з варіантів вирішення проблеми молодіжного безробіття.

За даними соціологічних обстежень майже третина молоді, що шукає роботу, хотіла б відкрити власну справу [40], і соціальне підприємство має вже давно розроблений арсенал методів та інструментів, які допоможуть молодій людині знайти і однодумців, і фінансовий інвестиційний капітал. Розвиток соціального підприємництва та підтримка іноземних інвесторів під час війни не зникла, і на сьогодні багато організацій вітчизняного та зарубіжного бізнесу підтримують розвиток соціального підприємництва в Україні. Із вітчизняних слід назвати «Фонд розвитку інновацій» (державний інвестиційний фонд, який виділяє гранти для українських стартапів молодих соціальних підприємців на ранніх стадіях); «Державну інноваційну фінансово-кредитну установу», яка організовує конкурсний відбір інноваційних та інвестиційних проектів і програм через спеціально створений портал та надає можливість потенційним власникам Start-Up-проектів розміщувати запити щодо фінансування; Консорціум «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні, до якого увійшли British Council, «East Europe Foundation», «International Renaissance Foundation», «PricewaterhouseCoopers» та Erste Bank в Україні та інші. Окрім фінансової підтримки, організаційну та інформаційну підтримку надають бізнес-інкубатори на кшталт Youth Entrepreneur Incubator, Start-up Business Incubator

КНУ. Більш детально можна розглянути діяльність щодо підтримки молодих соціально-підприємницьких ініціатив в таких проєктах, започаткованих органами та інституціями держави:

1) «Рука допомоги простягнута для всіх», проєкт Міністерства соціальної політики України, який реалізується з 2019 року за підтримки Світового банку в межах більш широкої стратегії модернізації системи соціальної підтримки населення [48]. Мета проєкту – допомогти вимушеним переселенцям та членам малозабезпечених сімей позбутися залежності від соціальних виплат, отримати гідну роботу або заснувати власний бізнес. Держава пропонує їм отримати фінансову допомогу на започаткування власної справи, а також, за необхідності, безкоштовне навчання. Допомога розміром до 15 мінімальних зарплат є безвідсотковою та поворотною - її необхідно буде повернути через три роки підприємницької діяльності. Але сума, що повертається, буде зменшена на розмір сплачених за три роки податків та єдиного соціального внеску. Протягом 2022 року проєкт не працював, але з лютого 2023 року проєкт було поновлено [7].

2) «Будуй своє» [6], проєкт Ощадбанку, є частиною спеціальної програми для підприємців та тих, хто тільки мріє ними стати. Його переваги: швидке відкриття рахунку, миттєва картка та зручний Інтернет-банкінг; інструменти для ведення бізнесу від партнерів програми на привабливих умовах; допомога з фінансами.

3) «Розпочни і вдосконалюй свій бізнес» (РВСБ) – програма навчання ведення бізнесу, розроблена Міжнародною організацією праці (МОП). Наголос у ній робиться на запуску і подальшому вдосконаленні малого та середнього підприємництва як інструменту створення більшої кількості робочих місць кращої якості для жінок і чоловіків, зокрема в країнах з ринком, що формується. РВСБ, здійснювана більш ніж у 100 країнах, – одна з найбільших у світі програм у цій галузі. Програма складається із чотирьох взаємопов'язаних навчальних курсів – «Генеруй бізнес-ідею» (ГБІ), «Розпочни свій бізнес» (РСБ), «Вдосконалюй свій бізнес»

(ВСБ) і «Розвивай свій бізнес» (РСБ). Під час реалізації програми МОП використовує трирівневу структуру, куди входять майстер-тренери, тренери і кінцеві бенефіціари – потенційні або чинні підприємці. Ліцензовані МОП майстер-тренери відповідають за підготовку тренерів із тим, щоб ті могли ефективно вести навчання за програмою РВСБ. Тренери, своєю чергою, навчають підприємців за навчальними курсами РВСБ. МОП при цьому відіграє основну роль у виявленні і поширенні передових методик, проведенні навчальних заходів і моніторингу, здійснюючи контроль якості і надаючи технічні консультації з питань реалізації програми РВСБ [7].

Таким чином, фінансова та організаційно-інформаційна підтримка організацій та платформ суб'єктів соціального підприємництва, дає молодим особам, що прагнуть професійно самореалізуватися, започаткувати власний бізнес, реалізувати свої креативні ідеї та принести користь суспільству, виконати свої задачі. При цьому вони можуть використовувати сучасні бізнес-моделі соціального підприємництва, які дозволяють чітко відстежувати шлях створення продукту або послуги, показувати загальний масштаб бізнесу показувати значущість кожного його компонента.

Отже, одним з шляхів подолання негативних тенденцій, що склалися на ринку праці молоді, є розвиток молодіжного соціального підприємництва. Створюючи умови для зародження, розробки та реалізації підприємницьких ідей молоді, можна прокласти шлях до вирішення проблем молодіжного безробіття чи розвитку наукових відкриттів. У свою чергу, ініціативна молодь, отримавши підтримку, реалізовуватиме свої бізнесові амбіції чи наукові дослідження, а також винаходитиме можливості вирішення соціальних проблем, впроваджуючи філософію нових підприємницьких цінностей.

1.3. Правовий контекст та стимули підтримки соціальних підприємців у країнах Європи

Розглянемо далі досвід нормативно-правового регулювання соціального підприємництва та усталених в Європі практик стимулювання соціальних підприємців.

Ключовий документ, на підставі якого вивчалось нормативно-правове забезпечення діяльності соціальних підприємств в Європі, має назву «Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth» [75, с. 16]. Він містить опис різних організаційно-правових форм і статусів таких підприємств, а також відзначає законодавчі акти, які створені саме для соціального підприємництва. Загальний висновок цього дослідження: більшість соціальних підприємств, як правило, використовують та адаптують юридичні форми, які не є спеціально розробленими для соціальних підприємств, і тільки три країни – Франція, Греція та Італія – мають для соціальних підприємств спеціально визначену організаційно-правову форму [75, с. 10].

Так, Франція виділяє соціальні кооперативи колективної власності (Société Cooperative D'intérêt Collectif – SCIC, та Entreprise de l'économie Sociale et Solidaire або Entreprise – ESS), економічна діяльність яких орієнтована в першу чергу на допомогу вразливим групам населення або на усунення дискримінації чи нерівності в суспільстві. У таких підприємствах обов'язково дотримується демократичний принцип управління та щорічно публікуються звіти про екологічний та соціальний вплив діяльності [75, с. 14]. Окрім того, на підприємствах соціальної та солідарної економіки (ESS) останні три фінансових роки щонайменше 66 % операційних витрат має бути пов'язано з діяльністю соціального характеру; середній розмір заробітної плати п'яти найбільш оплачуваних працівників чи керівників не повинен перевищувати семикратного розміру мінімальної заробітної плати, і максимальна заробітна плата в компанії має бути не більшою, ніж десятикратний розмір мінімальної заробітної плати; організація також не повинна бути публічним акціонерним товариством [75, с. 16].

Італійські соціальні кооперативи поділяються на два типи: тип “А” може надавати соціальні (у т. ч. догляд за особами похилого віку), медичні та освітні послуги; тип “В” сприяє соціальній інтеграції визначених вразливих груп населення [33, с. 26].

У Греції від 2011 року соціальними кооперативами визнаються такі, що відповідають певним критеріям, як-то: специфічні напрямки роботи (надання послуг соціальної та професійної інтеграції соціально незахищених груп населення, або публічних послуг, або виконання громадських завдань у сфері місцевого розвитку); прибуток (від 30%) розподіляється або реінвестується в соціальну та професійну реінтеграцію (якщо соціальне підприємство працює у сфері інтеграції соціально вразливих груп); виконується принцип демократичного управління (1 член = 1 голос); відсутній розрив в розмірах зарплати працівників; працевлаштовано щонайменше 50 % працівників із соціально вразливих верств населення або щонайменше 30 % людей з обмеженими можливостями [33].

Інші країни для нормативно-правового регулювання соціального підприємництва адаптують наявні організаційно-правові форми, зокрема:

- неприбуткові організації, що 100% прибутку спрямовують на досягнення соціальної мети;
- кооперативи, що надають послуги громадського значення; перебувають у власності та контролюються членами на демократичній основі, розподіляють прибуток від діяльності між членами кооперативу;
- спільні компанії пропорційної власності, комерційна діяльність яких здійснюється задля сприяння досягненню соціальної мети [75, с. 15].

У всіх цих організацій напрями діяльності можна класифікувати та такими чотирма основними групами:

- соціальні послуги вразливим групам (кризові центри, притулки для жінок у кризових ситуаціях, психологічні консультації);

- кооперативи (можуть бути у сферах роздрібної торгівлі, фінансування, страхування або фермерства); – організації, що навчають безробітних;

– проекти місцевого розвитку та урбаністичні проекти [66].

Деякі з європейських країн в своїх національних законах, що стосуються соціального підприємництва, обґрунтовують особливі положення, що стосуються суб'єктів соціально-підприємницької діяльності, певних напрямів чи аспектів державної політики, або ж суспільних цінностей. Такі особливості ми спробували відобразити в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

**Особливості законів щодо соціального підприємництва
в деяких країнах Європи***

Назва країни	Дата прийняття закону про соціальне підприємництво	Переважаючі організаційно-правові форми	Особливості
1	2	3	4
Великобританія	2002	кооперативи, соціальні спілки, об'єднання з працевлаштування,	Закон № 1788 “Про регулювання діяльності компаній суспільного інтересу” закріплює соціальне

Продовження табл. 1.1

1	2	3	4
		організації в галузі охорони здоров'я та соціального захисту, бізнес-спільноти для освітніх послуг, соціальні бізнеси, що працевлаштовують осіб з інвалідністю, організації житлового господарства	підприємництво як “третій шлях” діяльності, що поєднує соціальну справедливість та економічну динаміку.
Фінляндія	2003	ринково орієнтовані кооперативи	Такі кооперативи можуть створювати безробітні і брати в них участь без зменшення допомоги з безробіття
Литва	2004	соціальні підприємства	Держава надає таким підприємствам спеціальний

		трудої інтеграції (СПТІ), інші види соціальних підприємств	правовий статус, забезпечує постійною фінансовою допомогою, звільняє від податків, надає інші преференції.
Словакія	2008	кооперативи, соціальні спілки, об'єднання з працевлаштування	соціальний підприємець - юридична особа або фізична особа, що надає роботу мінімум 30 % осіб із соціально незахищених груп населення (випускники до 26 років без досвіду роботи; громадяни старші 50 років; безробітні громадяни, зареєстровані у реєстрі безробітних понад 12 місяців; особи з освітою нижче середньої; іноземні громадяни, яким надано притулок; дорослі, які утримують дорослих членів сім'ї або піклуються про дитину, яка навчається; громадяни з обмеженими можливостями
Данія	2014	Кризові центри, кооперативи, проєкти місцевого розвитку	Усі соціальні підприємства та проєкти є частиною стратегії розвитку міст, і самі соціальні підприємці беруть участь у формуванні місцевої політики.
Румунія	2015	кооперативи, кредитні кооперативи, асоціації та фонди,	90 % прибутку має бути виділено на соціальну мету; лише 10 % можна перерозподілити між членами);

Продовження табл. 1.1

1	2	3	4
		асоціації взаємодопомоги, сільськогосподарськ і компанії та їхні асоціації та федерації, інші види юридичних осіб – товариства з обмеженою відповідальністю або акціонерні товариства	– якщо підприємство припиняє свою діяльність, його активи повинно бути направлено на інші, подібні соціальні підприємства; – застосовується принцип соціальної справедливості до працівників, забезпечується справедливий рівень оплати праці, співвідношення між найнижчою зарплатою та найвищою не може перевищувати співвідношення від 1 до 8.

*Складено автором на підставі: [20, 33, 36, 66, 75].

Як бачимо з таблиці, процес легітимації соціальних підприємств в кожній країні неоднаковий – відповідні закони приймалися з інтервалом в 10 років. Спочатку в країнах, які започаткували інститут соціального підприємництва, підготували суспільну базу, а потім унормували її у вигляді закону. Це Великобританія та Фінляндія, де відчуття суспільної користі у громадян давно сформоване. І особливі моменти законодавства (остання колонка таблиці) підкреслюють, що суспільна користь у цих країнах закріплена вже на рівні певної філософії. Литва так само достатньо рано закріпила законодавчий статус соціальних підприємств. Але, на нашу думку, це пов'язано з сильною патерналістською роллю держави, яку вона успадкувала від часів перебування в складі СРСР. Бо особливістю законодавства про соціальне підприємництво тут є повне його державне утримання, що, як відомо спричинило велику кількість таких підприємств і шкоду для державного бюджету. Приблизно те ж можна сказати і про Словачію, яка, хоч і не була в складі СРСР, але так само зазнала сильного впливу лівої ідеології. Відповідні закони в Данії чи Румунії (як показують підкреслені нами особливості законодавства) сформовані вже більш виважено, з розумінням переваги та ризиків соціального підприємництва.

Розглянемо далі найбільш поширені форми підтримки соціального підприємництва в Європі та світі. Як указано в [7] найчастіше державою та іншими зацікавленими інституціями використовуються такі форми підтримки як:

- Державне фінансування і гранти;
- Бізнес-інкубатори та акселератори форм соціального бізнесу;
- Соціальні мережі та професійні спільноти підприємців;
- Бізнес-школи та навчальні курси тощо.

Державне фінансування і гранти.

Грантові можливості фінансування соціальні підприємці найчастіше шукають серед державних установ, фондів, впливових інвесторів та організацій соціального впливу. Приміром, у ЄС давно діють такі програми

як Європейський соціальний фонд (ЄСФ) (з 1960 року) та Framework Programmes for Research and Technological Development (Рамкові програми досліджень та технологічних розробок) (з 1984). Обидві програми належать до так званих структурних, тобто допомагають підприємцям у певному виді діяльності, який визначений Європою як пріоритетний. Так, мета ЄСФ - підвищення рівня кваліфікації та навичок трудових ресурсів як засобів попередження втрат робочих місць внаслідок структурних змін в економіці. Тобто він спрямований на підтримку соціальної політики та людського розвитку. FPRTD - найбільша рамкова програма Європейського Союзу з фінансування науки та інновацій. Українцям найбільш відома восьма з цих технологічних програм – Horizon 2020, адже до її ресурсів вже змогли долучитися і українські науковці, оскільки Україна стала асоційованим членом цієї програми, що означало автоматичне фінансування і можливість соціальним підприємцям включатися в гранти, оголошені в рамках цієї програми. У якості ілюстрації можна навести Програму Horizon 2020 зі створення т.зв. OpenAIRE – мережі наукових репозитаріїв (інституціональних та електронних), архівів та журналів відкритого доступу. Місія проекту – втілення цінностей відкритого доступу, декларованих ЄР та Європейською радою дослідників. Сутністю проекту стало зв'язування агрегованих дослідницьких публікацій із супутньою інформацією про дослідження та проекти, набори даних та інформацію про авторів. Проект продовжився і в наступних рамкових програмах з тим, аби якнайбільше результатів досліджень, що фінансуються Європою, стали доступними для всіх через портал OpenAIRE. Одним з показових продуктів OpenAIRE є репозиторій досліджень Zenodo, доступний онлайн з будь-якої точки світу [62].

Як бачимо з наведеної ілюстрації, соціальний проект, фінансований структурним фондом, дає змогу нівелювати диспропорції територіального розвитку (в наведеному випадку – рівний доступ усіх країн до результатів технологічних та наукових досліджень); втілює основні цінності

європейської спільноти (в ілюстрації – можливість рівноправного фінансування наукових досліджень усіх представників країн-членів ЄС та асоційованих членів), дає ресурси для подальшого розвитку, оскільки гранти не є кредитами, їх не потрібно повертати, а досягнутий в результаті виконання грантової програми результат соціальний підприємець може використати як фундамент для подальшого розвитку і канал для отримання коштів на реалізацію своєї соціальної мети.

В таблиці 1.2 узагальнено деякі фонди і програми, які надають підтримку соціальних ініціатив підприємців, відповідають глобальним суспільним викликам або вирішують соціальні проблеми конкретної громади чи вразливої категорії населення.

Таблиця 1.2

Приклад фондів і програм для підтримки соціальних підприємців*

Назва	Сутність діяльності	Можливості для соціальних підприємців
1	2	3
Global Challenges Research Fund (GCRF) (https://www.ukri.org/)	Фонд досліджень глобальних викликів надає гранти для проєктів, спрямованих на вирішення соціальних та екологічних проблем у країнах, що розвиваються.	Підприємства будь-якого розміру можуть подати заявку на фінансування, якщо вони знаходяться у Великій Британії. Фінансування варіюється

Продовження табл. 1.2

1	2	3
		від 25000 до 10 мільйонів фунтів стерлінгів. Британські МСП також можуть подати заявку на інноваційні кредити від 100 000 до 1 мільйона фунтів стерлінгів.
Skoll Foundation (https://skoll.org/)	Ця фундація надає гранти та інвестиції соціальним підприємцям, які працюють над вирішенням великих світових проблем, як-то бідність, охорона здоров'я чи освіта	На разі підтримує добродійні комерційні та некомерційні організації, соціальних підприємців, які створюють стійкі системи охорони здоров'я у своїх громадах, а також організаторів глобальної мережі, які працюють з національними урядами з питань зміни клімату.

European Social Innovation Competition (https://eic.ec.europa.eu/eic-prizes/european-social-innovation-competition_en)	Щорічний грант для соціальних підприємців, які розробляють інноваційні рішення для соціальних проблем	Заявку на отримання гранту може подати будь-яка фізична чи юридична особа, якщо вона: розташована в державі-члені ЄС або країні, асоційованій з Horizon Europe
Ashoka Changemakers (https://www.ashoka.org/en-us)	Те саме	підтримує провідних соціальних підприємців по всьому світу, навчається на зразках їх інновацій та мобілізує глобальну спільноту, яка приймає ці нові концепції для побудови «світу, що змінює кожен»
The Pollination Project (https://thepollinationproject.org/)	організація надає "зернові гранти" у розмірі до 1 000 доларів США для маленьких соціальних проектів та ініціатив по всьому світу	Запрошує СП у глобальну спільноту (проект «Опилення»), яка уже об'єднує понад 5000 низових ініціаторів змін у 120 країнах. Пропонує початкове фінансування, підтримку у нарощуванні потенціалу, віру та зв'язок з іншими однодумцями.
The Roddenberry Foundation (https://roddenberryfoundation.org/)	гранти соціальним підприємцям та організаціям, які працюють над проблемами, пов'язаними з навколишнім середовищем,	На разі стипендіатами програми фонду «Глобальний фонд 1» є організації, які працюють на Глобальному Півдні над

Продовження табл. 1.2

1	2	3
	освітою та соціальною справедливістю	темами: продовольча безпека, збільшення доступу населення до води, гігієни, санітарії, охорона здоров'я в цілому в цьому регіоні. Так само надаються індивідуальні гранти громадянам США
Місцеві та регіональні організації	Наприклад, фонди та ініціативи соціальної справедливості можуть пропонувати гранти залежно від потреб конкретного регіону.	
Корпоративні фонди	Деякі великі компанії мають фонди чи програми підтримки соціальних підприємців, особливо тих, чия робота відповідає цілям сталого розвитку.	

* Складено автором на підставі сайтів наведених фондів та програм

Бізнес-інкубатори та акселератори форм соціального бізнесу

Модель бізнес-інкубаторів утворилася з нагальної вимоги взаємодії науки та підприємництва, що сприяло розв'язанню певних актуальних та наболілих питань, пов'язаних з удосконаленням галузевої структури виробництва і прискоренням економічного розвитку територій; впровадженням у виробництво науково-технічних розробок; випробування на локальному рівні різних варіантів впровадження нових форм господарювання і пристосування до умов внутрішнього ринку, практичне навчання місцевих фахівців прийомам і методам міжнародного бізнесу [43]. На відміну від фондів та грантових програм, які фінансують в сфері соціального підприємництва переважно вже готові бізнеси, що шукають додаткової підтримки для посилення свого соціального впливу і більшого клієнтського охоплення, бізнес-інкубатор залучає стартапи, організатора (ініціатора) яких відшліфовує через певні бізнес-тренінги і передавання йому певних цінностей. На разі в Україні за фінансування Міністерства закордонних справ Данії, та за підтримки Міністерства економіки України здійснюється проєкт «Інклюзивний ринок праці для створення робочих місць в Україні» [17], що є дуже актуальним з огляду на нинішній статус нашої країни як воюючої та велику кількість людей, які отримали військові травми, що суттєво обмежили можливості їх активної життєдіяльності. Для соціальних підприємців в Україні фінансуюча організація залучила авторитетного міжнародного суб'єкта ринку праці – МОП – для проведення тренінгів для соціальних підприємців в рамах створення соціальних підприємств з інклюзивними робочими місцями. У результаті цих тренінгів та участі в бізнес-інкубаторі як такому соціальні підприємці можуть розраховувати на те, що справа, ними започаткована тривалий час буде актуальною для економіки їхнього регіону і вони зможуть виконати свої цілі, не втрачаючи при цьому конкурентних позицій; регіональна та державна влада можуть розраховувати на те, що мають конкретних операторів своєї соціальної політики з того чи іншого напрямку; сам же бізнес-інкубатор зможе

стати осередком інноваційних бізнес-ідей і дослідницьким центром для соціального бізнесу регіону та країни.

Відомі європейські та світові бізнес-інкубатори та акселератори бізнесу узагальнені в наступній таблиці 1.3. Так само, як в таблиці, що стосується фондів та програм, ми, вивчаючи їх інформаційний ресурс (сайт), коротко сформулювали сутність їх діяльності та можливості для підтримки соціального бізнесу.

Таблиця 1.3

Приклад бізнес-інкубаторів та акселераторів соціального підприємництва*

Назва	Сутність діяльності	Можливості для соціальних підприємців
1	2	3
ClearlySo (https://onpurpose.org/en/our-community/clearlyso/)	британський бізнес-інкубатор та інвестиційний банк, що спеціалізується на соціальних підприємцях. Вони надають фінансову консультацію та інвестиції.	Банк проводить програми лідерства, спрямовані на соціальні зміни. Річна партнерська програма пропонує оплачуване стажування у провідних організаціях, найкращих у своєму класі, щотижневе навчання, регулярне індивідуальне навчання та наставництво, а також безцінну мережу контактів.
SEED Ventures (https://seedventures.org/)	Венчурний фонд (працює переважно в Південно-Східній Азії) з	Працює з нано-, мікро-, малими підприємствами та стартап-спільнотою, щоб допомогти їм

Продовження табл.1.3

1	2	3
	розвитку національних екосистем для досягнення Цілей сталого розвитку та імпакт-інвестиції	зміцнити свої бізнес-ідеї та моделі (розробка навчальних програм, бізнес-інкубація, доступ до ринку, управління грантами тощо).
Youth Fund (https://www.phf.org.uk/funds/youth-fund/)	Підтримує організації, що працюють з молоддю 14-25 років, яка стикається зі складними перехідними періодами, проблемами та перешкодами	Грантова підтримка (максимум три роки) для організацій, які борються з расизмом та практиками упослідження різних категорій населення за ознаками соціального класу, інвалідності та статі.
ChangemakerXchange (https://changemakerxchange)	програма для молодих соціальних підприємців,	Якщо СП є лідером в своєму регіоні з тем соціальних чи

.org/)	що активно розвивається в багатьох країнах Європи, та організовує зустрічі, навчання та підтримку	кліматичних змін, має достатній вплив та досвід проведення тематичних самітів, він може подати заявку на програму, аби, пройшовши відповідний курс привнести в свою країну досвід трансформацій та побудови нового майбутнього.
Social Entrepreneurship Impact & Finance (SEIF) (https://seif.org/en/)	Швейцарський бізнес-інкубатор підтримки соціальних підприємців з акцентом на програмах сталого розвитку та впливу	Пропонує консалтинг для клієнтів в різних видах соціального бізнесу, зокрема: розробку теорії змін, визначення цілей впливу, ключових показників, оцінку потенціалу впливу та рекомендації з подальшої максимізації тощо
Social Impact Award (https://socialimpactaward.net/) Має представництво в Україні: https://ukraine.socialimpactaward.net/	ініціатива, що охоплює безліч країн Європи, яка допомагає молодим соціальним підприємцям розвивати свої ідеї та проекти	Менторство та підтримка у перевірці бізнес-моделі та моделі імпаکتу, створенні прототипу ідеї, залученні перших прихильників та клієнтів; фінансування стартапу у разі виграшу; зв'язок з міжнародною спільнотою випускників програми, що складається з понад 1000 соціальних підприємців з більш ніж 25 країн світу.
Barclays Eagle Labs (https://labs.uk.barclays/)	Британський банк, що надає Eagle Labs - мережу робочих просторів та інкубаторів, включаючи тих, що підтримують соціальних підприємців	Надання підтримки британським підприємцям в галузях агротехнологій, штучного інтелекту, цифрової безпеки, захисту клімату та природи, охорони здоров'я, юридичних технологій тощо

Продовження табл.1.3

1	2	3
Innosuisse (https://www.innosuisse.ch/inno/en/home.html)	швейцарська організація, надає підтримку інноваціям та соціальному підприємництву, включаючи фінансування та консультації	Одна з стратегічних тем платформи – підтримка інноваційних проєктів між компаніями та дослідницькими інститутами. Приміром. Якщо тема соціального підприємця – інклюзивні робочі місця, то компанія підтримає ваш спільний контакт з виробником якихось техн.пристроїв. що поліпшують життя людей з

NESsT (https://www.nesst.org/)	підтримує соціальних підприємців та соціальні підприємства в Центральній та Східній Європі, надаючи фінансування, менторство та навчання	обмеженим можливостями На разі однією з головних програм компанії є фінансова та бізнес-підтримка 15 підприємств, які працюють з біженцями та мігрантами з України в Польщі та Румунії. (створення 3000 робочих місць і покращення життя 5000 біженців).
--	--	---

* Складено автором на підставі сайтів наведених бізнес-проектів

Соціальні мережі та професійні спільноти підприємців

Цінну підтримку, можливості для швидкої взаємодії та обміну досвідом надають соціальним підприємцям соціальні мережі та професійні спільноти. Від початку інтернет ресурси в соціально-підприємницькому контексті спеціалізувалися переважно на зборі пожертв та реалізації інших схем фінансування проектів соціального підприємництва (краундфандингові та краундсорсингові платформи). З часом і з появою більш швидких форм комунікації ці самі платформи та ряд нових додали до свого функціоналу координацію роботи волонтерів, юридичне консультування із соціально значущих питань, навчання та підтримку соціального бізнесу тощо. Спробою створення соціальної мережі, тематично присвяченої тільки соціальному підприємництву, була соціальна мережа Jumo, метою якої стало «об'єднання людей з некомерційними та добродійними організаціями» [77]. Ця мережа була створена в 2010 році Крісом Г'юзом, одним із засновників Facebook, вже за рік проект був викуплений соціально-орієнтованою компанією Good Worldwide і далі вона розвивається як соціальна мережа цієї компанії. Переглянувши певну кількість мереж і спільнот для соціальних підприємців, ми пересвідчилися, що вони працюють як ефективний інструмент грантових платформ та бізнес-інкубаторів, про які йшлося вище. І, разом з інформацією, поширюють цінності та пріоритети передусім цих організацій. Приміром, однією найбільш популярних у світі мереж соціальних підприємців є Ashoka (<https://www.ashoka.org/en-us/program/ashoka-support-network>), що пов'язана з однойменним фондом,

який займався виявленням і підтримкою соціальних підприємців по всьому світу ще з 1980 року. І соціальна мережа тільки допомогла масштабувати діяльність цього фонду по всьому світу. Так само навколо відповідних фондів та грантових платформ зосереджені мережі SE Forum (<https://se-forum.se/>) EU-Startups (<https://www.eu-startups.com/>), Social Impact Award <https://socialimpactaward.net/>, NESsT <https://www.nesst.org/> та інші.

Бізнес-школи та навчальні курси

Навчання для соціальних підприємців у Європі доступне через різноманітні програми, курси та навчальні заклади.

Ці ресурси пропонують різноманітні програми та навчання для соціальних підприємців на різних рівнях, від короткострокових курсів до магістерських програм. Вибір залежить від конкретних цілей та потреб тих, хто навчається. Декілька найбільш відомих організацій та ресурсів представлено в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Приклад бізнес-шкіл та курсів для соціальних підприємців*

Назва школи чи курсу	Ел.ресурс	Короткий зміст програми
1	2	3
Oxford University Said Business School - Skoll Centre for Social Entrepreneurship	https://www.sbs.ox.ac.uk/research/centres-and-initiatives/skoll-centre-social-entrepreneurship	Магістерська програма з соціального підприємництва, постійно діюча система воркшопів та конференцій

Продовження табл. 1.4

1	2	3
HEC Paris - Social Business/Enterprise and Poverty Certificate	https://www.hec.edu/en/movement-socialbusiness-impact-0	Навчальна програма фокусується на соціальному підприємстві та зменшенні бідності
The School for Social Entrepreneurs (SSE)	https://www.the-sse.org/about-school-for-social-entrepreneurs/	Різноманітні програми для соціальних підприємців. Філії школи – в різних частинах Великобританії.
ESADE Business School - Institute for Social Innovation	https://www.esade.edu/faculty-research/en/institute-social-innovation	Курси, магістерські програми та дослідження в сфері соціального підприємництва
Cambridge Center	https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-	Курси, магістерські програми та

for Social Innovation	research/centres/social-innovation/	дослідження в сфері соціального підприємництва
European Social Entrepreneurship and Innovative Societies (SEIS) Platform	https://europe-institute.com/	Безкоштовні вебінари та онлайн курси із соціального підприємництва та інновацій
The DO School	http://thedoschool.com/	пропонує програми навчання для початківців соціальних підприємців, авторитетних організацій, молодих лідерів. Спеціалізується у трьох областях: спільні творчі інновації, індивідуальний та організаційний розвиток та ефективне підприємництво.
Erasmus for Young Entrepreneurs	https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=20	допомагає початківцям європейським підприємцям набути навичок, необхідних для відкриття та/або успішного ведення малого бізнесу в Європі. Нові підприємці збирають та обмінюються знаннями та бізнес-ідеями з досвідченим підприємцем, з яким вони залишаються та співпрацюють на строк від 1 до 6 місяців. Перебування частково фінансується Європейською комісією.

* Складено автором на підставі сайтів наведених бізнес-шкіл

Концептуальною метою усіх навчальних програм є підбір дисциплін і курсів таким чином, аби той, хто навчається, перейнявся невідворотністю глобальних змін в світі та ідеями подолання бідності, захисту клімату, інклюзивності тощо. А соціальне підприємництво розумів як дієвий і виграшний інструмент для усіх зацікавлених сторін: для самих підприємців, (як можливість особистого розвитку та створення робочих місць для себе та своїх однодумців); для благоотримувачів – груп населення, які отримують вирішення своєї соціальної проблеми; для місцевої громади, адже йдеться про її розвиток; для всієї країни, адже йдеться про локальні рішення масштабних проблем, а також про її соціально-економічний розвиток.

Таким чином, окреслення правового поля, різноманітних організаційно-правових форм соціальних підприємств в країнах Європи дає

уявлення про легітимні рамки, в яких вони вирішують свої соціальні проблеми, знаходять та організовують ініціативні групи громадян, готових очолити чи координувати вирішення цих соціальних проблем; змінюють соціальні норми щодо включеності всіх можливих груп населення (в тому числі з особливими потребами) в соціально-трудоий процес та подолання глобальних кліматичних викликів.

Детальний розгляд чотирьох важливих способів стимулювання соціальних підприємців до виконання своєї місії з боку держави, місцевої влади, великих корпорацій тощо дає уявлення не тільки про масштаби підтримки соціального підприємництва, але й про те, що бізнес-спільноти та нові покоління кардинальним чином змінюють свої цінності та уявлення про світ та конкретним чином формують способи згладжування нерівностей розвитку та подолання інших глобальних проблем.

Висновок за Розділом 1

Місце соціального підприємництва в концепціях публічного управління визначається в контексті розгляду соціальної функції держави. Аналізу цієї функції присвятили свої дослідження правознавці, економісти, фахівці соціального управління та соціальної роботи. Загальною ідеєю правознавчого та правозабезпечувального розгляду є обґрунтування та легітимація угод державно-правового партнерства, коли держава передає організаціям третього сектору та бізнесу (громадським об'єднанням, благодійним фондам із комерційною діяльністю, кооперативам, що обслуговують суспільні або колективні інтереси, акціонерним товариствам тощо) право участі у вирішенні гострих соціальних питань в частині фінансування їх забезпечення та організації різних форм відповідної роботи. Економісти вивчають, як уже розроблені та ефективні принципи організації та управління бізнесом, докладаються до діяльності соціального підприємства, з тим, щоб такий бізнес забезпечував рентабельність та фінансову незалежність його власникам і водночас досягав поставлених соціальних цілей. Фахівці соціально-політичної сфери розглядають нові підходи держави до вирішення соціальних проблем і акцентують увагу на тому, що, створюючи правові та економічні умови для роботи соціальних підприємств у своїй країні, держава каталізує соціально-політичні процеси, пов'язані із задоволенням соціальних, культурних та просвітницьких потреб своїх громадян та виводить забезпечення цих потреб на новий рівень, принагідно змінюючи суспільні норми та уявлення.

Важливою передумовою для визначення процедур і правил започаткування соціальних підприємств є розгляд основних моделей їх розвитку. В основу базових моделей розвитку соціальних підприємств прийнято покладати такі підходи: організаційний; за джерелами фінансування; за складом контактних груп; за місією чи метою. Це дозволяє:

зорієнтуватися у можливих напрямках діяльності; зрозуміти ці тенденції в рамках державної чи регіональної соціальної політики; чітко визначити на законодавчому рівні критерії соціального підприємництва.

Також у рамках цих базових моделей можна розглядати варіанти започаткування молодіжних проєктів соціального підприємництва. Переваги таких стратапів полягають у тому, що для соціального підприємництва вже розроблений в усьому світі достатній інструментарій, в світі і нашій країні існують інформаційні та навчальні платформи, завдяки яким можна будувати цивілізований і прозорий бізнес, реалізуючи свої амбіції, креативність та змінюючи соціальну норму щодо інклюзивного суспільства, тобто такого, у якому до вирішення соціальних проблем залучаються всі, в тому числі й вразливі верстви населення, які традиційно були тільки об'єктом надання допомоги.

Законодавче забезпечення та різноманіття організаційно-правових форм соціальних підприємств в країнах Європи, узагальнене в цій роботі, показує, що інститут соціального підприємництва в першу чергу був легітимований і нормативно закріплений в тих країнах, де відчуття суспільної користі у громадян давно сформоване релігією та розвинутим громадянським суспільством. Ті ж країни, в яких до цих пір є сильною патерналістська роль держави, засвоюють та унормовують соціальне підприємництво повільніше, але до прийняття відповідних законів підходять більш виважено, з розумінням переваг та ризиків соціального підприємництва.

Розгляд найпоширеніших форм підтримки соціального підприємництва в Європі дає уявлення не тільки про масштаби підтримки там соціального підприємництва, але й про те, що бізнес-спільноти та нові покоління кардинальним чином змінюють свої цінності та уявлення про світ та конкретним чином формують способи згладжування нерівностей розвитку та подолання інших глобальних проблем. Показано, що соціальне підприємництво на разі сприймається як дієвий і виграшний інструмент для

усіх зацікавлених сторін: для самих підприємців, (як можливість особистого розвитку та створення робочих місць для себе та своїх однодумців); для благоотримувачів – груп населення, які отримують вирішення своєї соціальної проблеми; для місцевої громади, адже йдеться про її розвиток; для всієї країни, адже йдеться про локальні рішення масштабних проблем, а також про її соціально-економічний розвиток.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЯК ТЛО ДЛЯ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНИХ ПРОЄКТІВ

2.1. Ресурсний, законодавчий та інвестиційний потенціал соціального підприємництва в Україні

Для підтримання загальної логіки дослідження, важливо визначити вихідні умови, які має наша країна для розвитку соціального підприємництва в цілому і його молодіжного напрямку зокрема. Для цього варто визначити особливості соціальних проблем у нашій країні, які можуть вирішуватися силами соціальних підприємств, охарактеризувати наявну їх базу і співвідношення соціальних підприємств як окремого виду бізнесу з участю інших видів бізнесу у вирішенні соціальних проблем. Так само подивимося на законодавче забезпечення соціального підприємництва і оцінку законів фахівцями; розглянемо більш детально джерела інвестицій.

Як показано в роботі Р. Власенка та Л. Яценко «Соціальні ризики України в умовах війни та повоєнного відновлення», в нашій країні зараз спостерігаються суттєві деструктивні зміни на тлі тривалих соціально-економічних змін та російсько-української війни, що триває. Відтак дуже загостреними та поширеними є різноманітні соціальні проблеми, що пов'язані з масовою внутрішньою і зовнішньою міграцією населення, що рятується від війни; суттєвими економічними втратами державних та приватних підприємств різного рівня; гострим безробіттям населення та втратою доходів; зниженням якості та доступності соціальних послуг. Більш детально ці проблеми можна описати, спираючись на дані маркетингових та соціологічних досліджень груп Gradus, Рейтинг, Advanter, звітів НБУ та Державної служби зайнятості.

Проблема внутрішньої та зовнішньої міграції. За даними різних джерел, Україну покинули від 7 до 14 млн осіб, частина з них працездатного

віку і переважно фахівці з вищою освітою. Відтак країна вже має значні втрати робочої сили у якісному та кількісному вимірах, що спричиняє зростання економічного навантаження на працюючих, послаблення мотивації до праці, скорочення надходжень до бюджетів і соціальних фондів при збільшенні навантаження на них. У довгостроковій перспективі навантаження на ринок праці тільки збільшуватиметься, оскільки втрати населення продовжуються не тільки через міграцію, але й в результаті військових дій, і в перспективі усе це може спричинити гострий дефіцит працівників у окремих галузях і поглиблення диспропорцій на ринку праці.

При цьому в Україні спостерігається високий рівень безробіття – від 2,6 млн осіб (за оцінками Міністерства економіки) до 4,2-4,8 млн осіб (за оцінками НБУ). Згідно офіційної статистики станом на 1 січня 2023 року статус безробітного мали 186,5 тис. осіб при наявності вакансій 21,2 тис. одиниць - на одне вакантне місце претендувало майже 9 офіційно зареєстрованих пошукачів роботи. Це при тому, що число офіційно зареєстрованих безробітних зменшилось через зняття з обліку тих, які мігрували за кордон, та були мобілізовані до лав ЗСУ.

Наступною важливою проблемою внутрішнього розвитку українського суспільства є суттєве зниження добробуту населення. Соціологічна група «Рейтинг», провівши відповідне опитування, засвідчила, що найсуттєвішою втратою, є зменшення доходів працездатного населення, а загальне падіння доходів з початку війни, за даними цього ж опитування, відчули 64% українців.

Великим викликом і соціальною проблемою для України, яку потрібно буде вирішувати у довгостроковій перспективі, є масштабні втрати інфраструктури через військові дії. За даними дослідження соціологічної групи «Градус» вже на цей час в результаті російської агресії пошкоджено або зруйновано понад 3 тисячі освітніх закладів, 907 закладів культури, 168 спортивних закладів та 95 релігій-них об'єктів. У 2022 році завдані

значні збитки житловому фонду, зокрема, пошкоджено або зруйновано 149,3 тис житлових будинків.

Усі ці руйнації, як зазначають Р. Власенко та Л. Яценко, загострюють групи ризиків у сфері якості та доступності соціальних послуг. Зниження доступності соціальних послуг прямо впливає на зниження відтворюваності людського капіталу, погіршення його якісних характеристик.

Отже, бачимо, що найбільшими викликами сучасної доби для України в умовах війни і далі, в процесі післявоєнного відновлення, є такі, що пов'язані зі звуженням демографічного потенціалу (через велику кількість біженців в інші країни, багато з яких не повернеться. І цей ризик зростає по мірі затягування війни); розбалансованістю ринку праці та дефіцитом якісних робочих місць (так само через відтік кваліфікованої робочої сили у вигляді біженців, проблемами працевлаштування та втратою цінності праці як такої); зубожінням і поляризацією населення (через погіршення рівня та якості життя, постійну соціальну напругу); кризою системи соціального захисту при одночасному збільшенні навантаження на соціальні фонди (через соціальне виключення, поглиблення соціальних диспропорцій).

Для вирішення окреслених масштабних соціальних проблем соціальне підприємництво є одним із способів вирішення таких проблем, оскільки воно вже має багатий досвід роботи із вразливими категоріями населення (які постійно поповнюються кількісно) в частині створення робочих місць для людей з високим бар'єром входу на традиційний ринок праці, роботи з дітьми сиротами (фактичними та соціальними) тощо. На рис. 2.1 схематично показано переважаючі в Україні види діяльності соціальних підприємств станом на 2021 рік.

Рис. 2.1. Види діяльності соціальних підприємств в Україні (створено автором на підставі https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi).

Українська науковиця З.І. Галушка у 2018 році наводила такі дані щодо структури діяльності вітчизняних соціальних підприємств: близько 67% – сфера послуг (освіта, спорт, туризм тощо); 26 % підприємств поєднують виробництво і послуги (психологічна допомога на виробництві, виробництво сувенірної продукції, професійно-технічна освіта, підготовка водіїв транспортних засобів, надання соціальної допомоги для осіб похилого віку та інвалідів); 7% підприємств займаються виробничою діяльністю (сфера харчування, поліграфія, сільське господарство) [12]. Стосовно напрямків діяльності, то, за визначенням З.І. Галушки більшість соціальних підприємств (майже 60 %) орієнтована на підвищення якості життя представників вразливих груп населення (людей з інвалідністю, ВПО, жінок, молоді та ін.), розвиток місцевої громади та зміну свідомості її членів та формування здорового способу життя [12].

Окрім того, в Україні, хоч і дуже повільно, поступово змінюється уявлення, що рішенням соціальних проблем повинна займатися держава. Тобто суспільна думка не завжди схвально ставиться до запровадження недержавних соціальних установ. Окрім того, в Україні слово «соціальне» поки що має певні стереотипні сприйняття суспільством, які викликають швидше негативні, ніж позитивні емоції. Наприклад, соціальний хліб – це найдешевший продукт, який не завжди якісний. Відтак споживачі можуть уявити собі соціальне підприємство, яке щось виготовляє, як щось застаріле, неякісне і обов'язково дешеве. Наше середовище тільки готується сприймати соціальних підприємців як повноцінних суб'єктів соціальних послуг національної ваги. Тож, перш ніж розвивати самі соціально-підприємницькі проекти, треба виконати велику роботу зі створення сприятливого клімату й сприйняття цього явища в українських реаліях.

Для цього далі розглянемо, як логіка соціального підприємництва розуміється на рівні законодавства нашої країни.

Виходячи з того, що проект закону «Про соціальне підприємство», поданий на розгляд ВР у 2015 році, не отримав достатньої підтримки і в 2019 році був відкликаний (див. сайт ВР), то до сьогодні саме поняття соціального підприємництва законодавчо не закріплене.

Деякі моменти правового регулювання соціального підприємництва можна знайти в Цивільному кодексі України. Приміром, стаття 86 цього кодексу України здійснення підприємницької діяльності не підприємницькими товариствами та установами: «Непідприємницькі товариства (кооперативи, крім виробничих, об'єднання громадян тощо) та установи можуть поряд зі своєю основною діяльністю здійснювати підприємницьку діяльність, якщо інше не встановлено законом і якщо ця діяльність відповідає меті, для якої вони були створені, та сприяє її досягненню»².

Так само Закон України «Про громадські об'єднання» висвітлює право громадських об'єднань здійснювати підприємницьку діяльність : «здійснювати відповідно до закону підприємницьку діяльність безпосередньо, якщо це передбачено статутом громадського об'єднання, або через створені в порядку, передбаченому законом, юридичні особи (товариства, підприємства), якщо така діяльність відповідає меті (цілям) громадського об'єднання та сприяє її досягненню»³.

Беручи до уваги те, що соціальне підприємництво передбачає працевлаштування людей з високим бар'єром входу на традиційний ринок праці, а це, дуже часто, люди з обмеженими можливостями, то варто згадати Закон України «Про ратифікацію Конвенції про права інвалідів і Факультативного протоколу до неї», який захищає право людей з обмеженими можливостями на працю та зайнятість: «Держави-учасниці

2 ЦИВІЛЬНИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

3 ЗАКОН УКРАЇНИ Про громадські об'єднання. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>

визнають право інвалідів на працю нарівні з іншими; воно включає право на отримання можливості заробляти собі на життя працею, яку інвалід вільно вибрав чи на яку він вільно погодився, в умовах, коли ринок праці та виробниче середовище є відкритими, інклюзивними та доступними для інвалідів»⁴.

Організаційно-правові форми здійснення соціального підприємництва в Україні на разі мають вигляд:

- некомерційних організацій, що займаються підприємництвом у сфері своєї основної діяльності;
- некомерційних організацій, які відкривають власні підприємства, частина доходів яких йде на фінансування їх соціальних програм;
- підприємств для людей з обмеженими можливостями: компанія звільняється від сплати податку на прибуток, якщо понад 50 % її співробітників – громадяни з обмеженими можливостями [15].

Так само соціальне підприємництво може здійснюватися на базі підприємницьких суб'єктів приватного права: юридичних осіб (на загальній системі оподаткування; із застосуванням ставки 0%; на спрощеній системі оподаткування); підприємств та організацій, заснованих громадськими організаціями людей з інвалідністю; фізичних осіб-підприємців (на загальній системі оподаткування; на спрощеній системі оподаткування) / фізичних осіб, які здійснюють незалежну професійну діяльність.

На рис. 2.2 схематично показано наявні в Україні організаційно-правові форми соціальних підприємств станом на 2021 рік.

Рис. 2.2 Організаційно-правові форми соціальних підприємств в Україні (створено автором на підставі https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi).

⁴ КОНВЕНЦІЯ про права осіб з інвалідністю. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71#Text

Разом із тим, через відсутність спеціального закону, до сьогодні не визначені взаємні зобов'язання держави та підприємців у цій сфері, чітко не врегульовано комерційну діяльність неприбуткових організацій. Тобто, в Україні не запроваджено дієвого механізму розвитку та фінансування неприбуткових організацій на державному рівні. Українські науковці неодноразово зазначали, що відсутність національної стратегії розвитку соціального підприємництва, яка повинна підтримуватися законодавством і державними структурами на національному рівні, робить цей сектор інтелектуально і матеріально залежним від донорів. І така ситуація спостерігається до сьогодні.

Окрім того, законодавчо ніяк не врегульовано пільгове оподаткування неприбуткових підприємств з метою стимулювання цих підприємств для здійснення соціальних ініціатив. Попри те, що більшість неприбуткових організацій мають статус неприбутковості, але певні види підприємницької діяльності (наприклад, навчання або консультування) можуть здійснювати законним чином тільки тоді, коли це наголошено в їх статутах. А на практиці такі дії ускладнення бухгалтерський облік та можуть спричинити порушення правил оподаткування.

Основні види пільг при оподаткуванні, якими все ж користуються в Україні підприємства різних організаційно-правових форм, що займаються соціальним підприємництвом.

- Звільнення від податку на прибуток. Зокрема, соціальні (неприбуткові) підприємства можуть бути звільнені від часткового або повного оподаткування прибутку. Але за умови, що підприємство є неприбутковою організацією і комерційну діяльність веде виключно задля своїх статутних цілей. Такими організаціями в Україні є громадські організації, у яких в Статуті зазначена можливість підприємницької діяльності для задоволення їх місії та цілей. Так само звільняються від оподаткування прибутку підприємства та організації, засновані товариствами інвалідів. В такому разі прибуток, отриманий від продажу (постачання)

товарів, виконання робіт і надання послуг за умовами, передбаченими у п. 142.1 ст. 142 ПКУ, є їхньою повною власністю.

- Деякі соціальні підприємства можуть користуватися пільговими ставками ПДВ на певні товари чи послуги. Наприклад, якщо в рамках соціального підприємництва здійснюється постачання продуктів дитячого харчування та товарів дитячого асортименту для немовлят (пп. 197.1.1 ст. 197 ПКУ); надаються послуги із виховання та навчання дітей у закладах позашкільного виховання; організуються літні мовні курси, школи, семінари; групові та індивідуальні заняття фізичної культури та спорту я дітей, учнів і студентів тощо (пп. 197.1.2 ст. 197 ПКУ). Так само звільняються від оподаткування ПДВ операції з постачання товарів та послуг, що безпосередньо виготовляються підприємствами та організаціями, які засновані громадськими організаціями людей із інвалідністю (ст. 197.6 ПКУ).

- Звільнення від податку на землю. Соціальні підприємства можуть бути звільнені від податку на землю або користуватися пільговими ставками для зменшення фінансового навантаження. Такою пільгою користуються зокрема дитячі санаторно-курортні та оздоровчі заклади України, які внесені до реєстру неприбуткових організацій, підприємства та організації, засновані громадськими організаціями людей із інвалідністю та спілками громадських організацій людей із інвалідністю.

- Звільнення від податку на нерухомість. Ця пільга застосовується до об'єктів житлової та нежитлової нерухомості, які перебувають у власності громадських організацій людей із інвалідністю та їхніх підприємств (пп. 266.2.2 ст. 266 ПКУ), а також до об'єктів нежитлової нерухомості дитячих санаторно-курортних закладів та дитячих закладів оздоровлення і відпочинку, котрі перебувають на балансі підприємств, установ та організацій, які є неприбутковими.

У рамках розгляду ресурсного потенціалу соціального підприємства варто розглянути далі інвестиційний потенціал цього явища в Україні. Як

вказують автори посібника з соціального підприємництва [52], особливість теми інвестування для соціального бізнесу в Україні пов'язана зі станом фінансового ринку країни загалом. Якщо в розвинутих економіках соціальні інвестиції є більш інституціоналізовані та наближені до комерційного варіанту інвестування, то у нас до сьогодні переважають форми надання грантової підтримки та інших видів безповоротного фінансування.

Іноземні фонди та ініціативи готові, як вказують автори роботи [30], інвестувати в справжній бізнес із соціальною складовою, оскільки дохід від такого інвестування забезпечується певними пільгами в оподаткуванні та державною підтримкою. Найбільшими донорами в цій сфері є США, Канада та Німеччина. Прикладом може бути діяльність Western NIS Enterprise Fund (WNISEF) [76]. Програма соціальних інвестицій. У співпраці з Ощадбанком та Кредобанком WNISEF реалізує програму кредитування під низькі відсотки для соціальних підприємств. Позики надаються підприємствам, у яких зайнято понад 50 відсотків незахищених працівників і значна частина прибутку яких реінвестується в розвиток бізнесу та створення робочих місць. На підприємствах з менш ніж 50% незахищених працівників принаймні 10% прибутку мають спрямовуватися на досягнення соціальної мети. Такий кредит також можуть отримати підприємства, які не мають працівників із соціально незахищених верств населення, але спрямовують не менше 20 відсотків прибутку на соціальні цілі. Соціальні підприємства можуть отримати позику від WNISEF на суму від 10 до 100 тисяч доларів США на термін від 36 місяців за відсотковою ставкою від 5 до 10 відсотків [76].

Варто в рамках таких інвестицій згадати також ініціативу зарубіжних партнерів зі створення регіональних центрів з надання комплексної підтримки соціальних підприємств, спеціального навчання та просвітницьких заходів для осіб та організацій, які мають намір займатися подібною діяльністю— проєкт «Сприяння соціальному підприємництву», який був

організований спільно Британською Радою в Україні, Фондом Східної Європи, Price water house Coopers в Україні та Ерсте Банком у 2010 році. У рамках цього проєкту в березні 2013 року в Києві відбувся I Всеукраїнський Форум Соціальних Підприємців, на якому було представлено кращий міжнародний та вітчизняний досвід започаткування та розвитку соціального бізнесу. Організатором Форуму виступив Всеукраїнський ресурсний центр розвитку соціального підприємництва «Соціальні ініціативи». Розвивалася також мережа тренінгових програм. За два роки роботи цієї ініціативи (з 2010 по 2012) було проведено ряд тренінгів з розвитку соціального бізнесу в найбільших містах України. Важливим результатом таких тренінгів стало те, що *такі підприємницькі ініціативи пізніше вийшли за рамки проєкту і отримали розвиток за підтримки місцевих громад*. Зокрема, започаткована в рамках цієї ініціативи сприяння соціальна пекарня «Горіховий дім», яка виникла для того аби підтримувати діяльність інтеграційного центру для жінок в кризових ситуаціях громадської організації «Народна допомога – Львів», сьогодні вже розвинулася у фонд з однойменною назвою, який утримує Центр інтегральної опіки для жінок, які опинилися у кризових ситуаціях і станом на сьогодні збирає кошти на побудову спеціального жіночого центру.

Іншим вдалим прикладом довготривалої роботи підприємства, яке було започатковане в рамках цього проєкту, можна назвати житомирське соціальне підприємство «Вигода», місія якого полягала в допомозі в працевлаштуванні та адаптації соціально незахищених верств населення — алко- та наркозалежних, колишніх ув'язнених. Свою роботу підприємство починало з виготовлення нестандартних металевих конструкцій на базі реабілітаційного центру благодійної організації Житомирщини та МБФ «Місії Самарян в Україні» в селі Вигода Житомирського району. Як свідчать

дані з медіа, це підприємство працює і до сьогодні, розширюючи спектр своєї діяльності в бік сільгоспвиробництва та допомоги місцевим селянам⁵.

Другим важливим інвестором є самі громадяни та місцевий бізнес, що схильний підтримувати людей, що бачать проблеми у своїх громадах і готові їх вирішувати — це люди, для яких не так важливий бізнес чи прибуток, вони готові все віддати, вкласти, оскільки для них важлива саме соціальна складова. У багатьох випадках соціальні підприємці не мають доступу до великих ресурсів. Вони формулюють цілі та надихають інших на здійснення суттєвих соціальних змін, вміють переконати тих, хто має ресурси та владні повноваження. Соціальні підприємці беруться за пряму дію для просування соціальних змін із використанням бізнес-підходів. Інструментом такої інвестиційної підтримки соціального підприємництва є фандрейзинг. Цей інструмент добре корелює з соціальною складовою, тому що потребує втручання людей у вирішення поставленого завдання для підприємства. Фандрейзинг можна використовувати для генерації матеріальних, людських та фінансових ресурсів, потрібних підприємству на момент запуску чи подальшої діяльності. Його можна використовувати також для розповсюдження інформації про діяльність бізнесу. У процесі інвестування важливим є розуміння кожного з етапів: розміщення інвестицій, менеджмент активів, надання рішення (створення соціальної цінності) та його вимірювання, завершальний етап звітування. Прикладом успішного соціального підприємства, що стало таким за допомогою фандрайзингу, є український проєкт «UrbanSpace 100» (<http://urbanspace.if.ua>). Це ресторан, унікальність якого полягає в тому, що інвесторами стали 100 соціально активних людей, які об'єдналися заради розвитку міста Івано-Франківськ. Команда «UrbanSpace 100» провела результативний фандрейзинг та змогла переконати людей у тому, що проєкт вартий уваги. Ресторан працює та генерує прибуток, який направляється на реалізацію міських проєктів.

⁵ <https://1.zt.ua/news/tsikavo/volontery-pidtrymuyut-soczialne-pidpryyemnyctvo-na-zhytomyrshhyni-video.html>

Важливим елементом соціального підприємства є той факт, що рішення про те, які саме проекти будуть фінансуватися, приймаються засновниками проекту. Операційне управління рестораном здійснюється професійною компанією. Отже, «UrbanSpace 100» створив важливий прецедент для України, переконавши всіх у можливості робити ефективні соціальні підприємства.

Таким чином, соціальні ризики і проблеми України, які з новою силою постали у воєнний період і завдадуть ще багато шкоди в період її повоєнного відновлення, можна вирішувати, використовуючи інструмент соціального підприємництва. На сьогодні маємо певні законодавчі напрацювання щодо цього концепту, і зрозуміло, що розвивати законодавчу базу слід у бік законодавчого визначення самого поняття «соціальне підприємство» і прийняття відповідного закону, що уможливить єдине бачення явища соціального підприємництва різними інститутами: суспільством, споживачами, державою, місцевою владою.

Інвестиційний потенціал соціального підприємництва в Україні теж фіксується, завдяки вдалим соціально-підприємницьким стартапам, які затверджують нові соціальні цінності і одночасно залучають до повноцінного трудового життя вразливі категорії населення. З наведених прикладів бачимо, що вже понад десять років у нашій країні працюють проекти, започатковані іноземними інвесторами, і ця підтримка продовжується. Громадська активність самих українців також проявляється в інвестиційній підтримці соціальних підприємств. Такий напрямок інвестування має свій потенціал, особливо за умови підтримки органів влади та у взаємодії з ними.

2.2. Можливості молоді в соціальному підприємництві

Для втілення ідей соціального підприємництва в Україні існує низка можливостей: наявна економічна ситуація, законодавство, людські ресурси, соціальний капітал громади, зацікавленість великого бізнесу в аутсорсингу,

зростання лояльності споживачів до продукції соціальних підприємств, підтримка соціального підприємництва з боку різних організацій, міжнародних фондів. З іншого боку, багато спеціалістів спостерігають зростання рівня молодіжного підприємництва, яке, як вид економічної активності, частково вирішує соціальну проблему зайнятості [2], а як вид суспільної активності дозволяє молодим людям реалізовувати свій лідерський, креативний та інноваційний потенціал [18].

За результатами соціологічних досліджень «Молодь України» майже третина молоді хотіла б відкрити власну справу. Результати цих досліджень засвідчують також, що значна частина молоді віком 14–34 роки (у 2018 р. – 32,6%; 2017 р. – 31,9%, 2016 р. – 31,9%, у 2021 – 31,9%) мали бажання відкрити власний бізнес, а кожен п'ятий респондент наголошував на тому, що бажає це зробити найближчим часом (2018 р.– 10,1%, 2017 р. – 10,4%, 2016 р. – 10,4%, 2021 р. – 10,4%) [58].

Разом із тим, в дослідженні «Становище молоді України 2021» відмічено також, що 58% опитаних молодих підприємців відзначили як ключову проблему відсутності первинного капіталу, ще 28% зауважили недоступність кредиту. 42,3% опитаних відповіли, що фінансову підтримку на початку їх бізнесу надавали члени родини або друзі.

Тобто відсутність коштів для початку діяльності – важливий фактор, що перешкоджає розвитку молодіжного підприємництва як такого. Разом із тим в Україні вже є достатньо організацій, які підтримують розвиток соціального підприємництва (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Приклад програм для підтримки молодих соціальних підприємців в Україні*

Назва	Сутність діяльності	Можливості для молодих соціальних підприємців
1	2	3
Фонд розвитку інновацій (https://usf.com.ua/)	інвестиційний фонд, який виділяє гранти для українських стартапів, в тому числі від молодих соціальних підприємців на різних стадіях проекту	Фінансує стартапи за напрямками: агро- та біотехнології; енергетика та екологія; освітні технології; охорона здоров'я; роздрібна торгівля; спосіб життя та інші

		напрями. Грантова підтримка надається на різних стадіях розвитку проєктів. На разі підтримуються більше технологічні стартапи, які сприяють розвитку обороноздатності країни
Ukrainian Social Venture Fund (https://www.usv.fund/)	Метою фонду є розвиток сталих та ефективних бізнес-моделей, підвищення соціального та екологічного впливу, надання фінансової підтримки та бізнес-експертизи, спрямованої на впровадження нових технологій, бізнес-процесів, підвищення якості продукції та впливу.	Фінансуються три напрями діяльності: інтеграція вразливих категорій; розвиток нових послуг; впровадження сталих рішень для розв'язання нагальних соціально-культурних потреб громади
МБО «Фонд Східна Європа» https://eef.org.ua	Розвиток соціального підприємництва – одна зі стратегічних задач фонду	Програми для СП: «Спроможні та сильні» (почалася у 2022 році, зараз триває) https://eef.org.ua/program/proyekt-spromozhni-ta-sylni/ «Безпечна школа» (триває) https://eef.org.ua/program/program-a-bezpechna-shkola/ «Разом ми шелтер» (триває) https://eef.org.ua/program/razom-my-shelter/

Продовження табл. 2.1

1	2	3
		Мікрогранти для малого бізнесу https://eef.org.ua/program/mikrogranty-dlya-malogo-biznesu/
Western NIS Enterprise Fund (https://wnisef.org/uk/)	Програма спрямована на забезпечення підтримки приватних підприємств та фізичних осіб-підприємців з метою досягнення соціального та екологічного впливу в Україні через створення механізму доступного кредитування спільно з банківськими установами, надання тренінгових та консультаційних послуг, коучингу і наставництва.	Для соціальних підприємців в Україні у 2021 році стартувала програма Social Impact Award, «Від молодіжного центру до соціального бізнесу» (https://schoolofme.me/unicef)

* Складено автором на підставі сайтів наведених фондів та програм

В рамках програми бізнес-підтримки «Мріємо та діємо», яка впроваджується за фінансової підтримки USAID Ukraine і виконує IREX Ukraine у партнерстві з Making Cents International (MCI) і School of ME, у

2022 році відбувся конкурс молодих соціальних підприємців «18:35», мета якого – підтримати 20 малих та середніх молодіжних бізнесів, які отримали експертів для розробки індивідуального плану відновлення й адаптації ведення бізнесу під час та після воєнних дій, а також фінанси для реалізації своїх бізнес-цілей. Умовами прийняття заявок були: 1) наявність малого або середнього бізнесу в будь-якому регіоні України (окрім безпосередньої зони бойових дій); 2) щонайменше 50 % засновників бізнесу мали бути віком до 35 років (включно) та/або щонайменше 50 % керівництва підприємства (або ключового персоналу) віком до 35 років (включно); 3) тривалість роботи бізнесу – від 1 року; 4) перевага у відборі надавалася соціальним підприємствам та бізнесам, готовим до відновлення економіки країни через підтримку соціальної функції в державі [10].

Фіналісти програми «18:35» мають змогу:

- працювати з експертами(-ками) Програми для проведення експертної оцінки конкретних потреб бізнесу та подальшої розробки бізнес-плану,
- розробити деталізований бюджет грантової підтримки та опис діяльності для отримання матеріальної підтримки,
- в разі потреби змінити фокус бізнесу або адаптувати його до умов ведення діяльності під час та після війни,
- отримати доступ до фінансової допомоги та експертного супроводження для підтримки плану відновлення підприємства та реалізації бізнес-цілей. (близько \$10 000 на розвиток та підтримку власного бізнесу),
- отримувати бізнес-консультації та наставництво для забезпечення постійної підтримки соціальних молодіжних підприємств у реалізації їх плану відновлення та управління фінансуванням (за кожним підприємством закріплюється ментор, що працює з ним мінімум 1 сесію (1-1,5 години) на тиждень протягом 6 місяців).

Серед переможців проекту у 2022 році найбільше було представників категорії «Гастрономія» (6 проєктів), «Текстиль» (3 проєкти), ІТ (3 проєкти), «Агро» (2 проєкти) та «Технології» (2 проєкти). Що вказує на те, що більш

зрозумілим предметом бізнесу для молодих соціальних підприємців є конкретне виробництво і зрозумілий продукт, який буде користуватися попитом. У 2023 році конкурс було продовжено і серед відібраних підприємств кошти отримали бізнеси, які відновлюються після руйнування від війни або ті, які надають фізичну чи психологічну допомогу військовим та переміщеним особам. Дуже цікавими є моделі використання прибутку, які пропонують переможці цього конкурсу і що дає їм право називатися соціальними підприємствами. У таблиці 2.2 ми навели приклади проєктів переможців 2022 та 2023 років, зосередившись на опціях «Вид діяльності» та «Використання прибутку». Це, на нашу думку, дасть простір для міркувань про основні тематичні тренди в роботі молодих соціальних підприємців та ті групи людей, на яких спрямована фінансова та організаційна підтримка молодіжних соціальних підприємств.

Підприємства-переможці конкурсу молодих соціальних підприємців «18:35»
(приклади)*

Назва підприємства (бізнесу), рік отримання гранту, вебсторінка	Вид діяльності	Використання прибутку
ITBanda (2022) (https://freelancer.itbanda.pro/#home)	ІТ освіта. Онлайн курс з програмування	Модель 1+1. Кожен комерційний клієнт фінансує навчання одного соціального. На кожному потоці – особи, які втратили роботи під час війни і отримують нову професію
Deputy (https://deputy.com.ua/citizen.html)	Digital - платформа, для ефективної комунікації мешканців зі своїм депутатом	CRM-система для депутата, яка дозволяє опрацьовувати звернення громадян. Платформа безкоштовна, тому для підтримки технічного стану важлива грантова та краундфандингова підтримка організацій і громадян
Vesna (https://vesna.care/uk/)	Виробництво рослинної косметики	Бізнес спершу не мав статусу соціального підприємства. Був майже повністю зруйнований у 2022 році (локація в Бучі). Після відновлення – більша частина прибутку йде на створення загоювальних мазей та засобів від опіків, які безкоштовно відправляють в ЗСУ.
12Climb (https://www.12climb.com/ua/)	Безкоштовний ІТ-додаток для скелелазів	Найкращий інноваційний спортивний стартап 2022 року. Прибуток іде на заходи з підтримки спорту та здорового способу життя, а також на допомогу ЗСУ
WONDER (Маріуполь-Одеса) (2023)	Майстерня неонових вивісок, написів та знаків	Підприємці з Маріуполя, які змогли адаптуватися і заново відновити втрачений бізнес в Одесі. На разі докуповують обладнання для майстерні, створюють нові робочі місця та виконують місію бізнес-відновлення України
Санріно (Вінниця) (2023) (https://www.sanrino.vn.ua/aboutus)	Студія масажних практик. Послуги різних видів масажу, психологічна підтримка людей з ПТСР, ВПО, фізична реабілітація	Соціальна місія студії – у безкоштовні реабілітації військових. За рахунок грантової підтримки підприємці збираються розширити спектр послуг та допомоги для ВПО та ветеранів. Зробити суспільство більш здоровим фізично і психологічно

Як бачимо з наведеної таблиці, переможці конкурсу молодіжних соціальних підприємців об'єктом своєї діяльності обирають перспективні та креативні бізнеси, які зрозумілі широкому споживачу і передусім молодим споживачам. Так само в донесенні своєї соціальної місії вони орієнтуються на молоду та активну аудиторію. Зараз багато молодіжних підприємств отримують фінансову підтримку задля того, щоб відновити свій зруйнований війною бізнес. І в цьому ми вбачаємо дуже важливу і нову для соціального бізнесу в цілому місію – показати, що енергія підприємництва та відновлення дає сили суспільству продовжувати жити і розвиватися далі. Л.П. Давидюк та А.О. Шкварко в статті «Молодіжне підприємництво як прогресивна сила розвитку країни» [18] визначили, як сильні сторони молодіжного підприємництва високу інноваційну активність, креативне мислення, високу мобільність та швидкість прийняття рішень, високий рівень можливостей систематичного оновлення своїх знань і навичок, схильність до ризику та спроможність витримувати значні навантаження. Аналізуючи ці та інші проекти, які отримали грант програми «18:35», можемо погодитися, з цими властивостями молодих підприємців і з тим, що навіть невеликі інвестиції, які вкладаються в молодь, дають найбільший ефект, оскільки суспільство отримує оскільки суспільство отримує здорових, освічених, високоморальних, забезпечених молодих громадян, які здатні принести максимальну користь країні. Причому відбувається це у супереч вигідному положенню таких підприємців на ринку та в ситуації мінімального доступу до дешевих ресурсів.

Разом із тим, в молодіжному соціальному підприємстві достатньо й слабких сторін, пов'язаних із незначним соціальним досвідом молоді, недостатньою діловою репутацією, незахищеністю від впливу бюрократичних чи кримінальних структур, слабкими практичними навичками застосування економічних законів [18].

Тому, окрім фінансової підтримки молоді підприємці, особливо ті, хто працює в соціальному бізнесі, потребують організаційної та інформаційної підтримки бізнес-інкубаторів в Україні та фінансових консультантів. Так, у всьому світі є дуже популярним Youth Entrepreneur Incubator (Інкубатор молодіжного підприємництва), який об'єднує ініціативи креативних молодих людей, підтримує розвиток їхніх бізнес-проектів, спрямованих на позитивні перетворення в суспільстві. В Україні на разі за підтримки School of ME започатковується навчальний проєкт #StudBizEU з метою сприяння розвитку молодіжного соціального підприємництва та практичних навичок управління кар'єрою за допомогою інноваційного підходу зі створення соціальних шкільних підприємств (сшп). За задумом організаторів проєкту – Соціальне шкільне підприємництво може стати одним з інструментів якісної підготовки до життя з його непередбачуваними викликами, а також сформувати звичку постійного навчання та відкритості до інновацій – і гнучкої реакції на зміни. Проєктом планується охопити:

- Підлітків та молодих людей (65% з неблагополучних сімей, молодь з інвалідністю, молодь з числа меншин та молодь, що постраждала від конфлікту (щонайменше 50% - жінки);

- вчителі та представники адміністрацій середніх загальноосвітніх шкіл невеликих міст країни;

- професійно-технічні навчальні заклади;

- представників громадянського суспільства та центрів для молоді;

- малі та середні підприємства, молодіжні клуби;

- Представників органів влади на регіональному та національному рівнях.

Говорячи про роль шкільних та студентських бізнес-інкубаторів в розвитку молодіжного підприємництва в цілому, зазначимо, що це майданчики, де креативна учнівська та студентська мають змогу комерціалізувати власні ідеї та результати досліджень, а підприємці-початківці можуть отримати допомогу у правильному юридичному

оформленні прав на ідею, розробленні технологічного та фінансового плану її доведення до промислового випуску продукції, а також доступ до приміщень і необхідного обладнання. Тобто одночасно відбувається активізація академічного середовища і формування нової підприємницької культури [46].

Таким чином, розвиток молодіжного соціального підприємництва є одним з шляхів подолання негативних тенденцій, що склалися на ринку праці молоді. Як показав проведений аналіз, зусиллями міжнародних організацій та за участі органів місцевого самоврядування та місцевих бізнес-ініціатив в Україні, як і в інших країнах з демократичним типом правління, створюються умови для зародження, розробки та реалізації підприємницьких ідей молоді. У свою чергу, ініціативна молодь, отримуючи підтримку, реалізовує свої бізнесові чи дослідницькі амбіції, та винаходить можливості вирішення соціальних проблем, впроваджуючи філософію нових підприємницьких цінностей.

2.3. Державне регулювання та підтримка соціального підприємництва

Про те, що соціальне підприємництво є одним з інструментів для вирішення актуальних суспільних проблем і надає в цьому суттєву допомогу державі, ми вже переконалися. Зокрема категорії населення, які можуть бути об'єктом роботи соціального бізнесу, в умовах війни, яку веде Україна проти російського агресора, постійно поповнюються за рахунок нових соціально вразливих груп – біженці, переселенці, постраждалі від військової агресії, мобілізовані в результаті поранень військові які потребують реабілітації та адаптації та інші категорії. При цьому бюджетні витрати на соціальні цілі природно, скорочуються, тож державі треба шукати нові інструменти задля забезпечення не тільки потреб вразливих категорій населення, але й потреб їх включеності (інклюзії) в загальний соціальний процес, який уможливорює функціонування таких груп як активних акторів, які є не тягарем, а допомогою в розвитку держави.

Для балансу соціально-економічного процесу держава традиційно застосовує дві складові – регулювання та підтримку.

Регулювання передбачає такий напрям її розвитку, як формотворення: органів, які здійснюють верховну владу і поширюють її на все населення; права, тобто сукупності обов'язкових правил поведінки, встановлених або санкціонованих державою; певної території, на яку поширюється влада, юрисдикція даної держави.

Місце соціального підприємництва у формотворчому напрямі державного розвитку можна розглянути на рівні

а) інституціалізації «соціального підприємництва» чи «соціального підприємства» як на рівні терміну так і організаційно-правової форми функціонування;

б) законодавчого закріплення державної підтримки соціальних підприємств.

Розглянемо наявний в Україні стан справ за цими напрямками більш детально.

Як ми уже з'ясували в п.2.1 цієї роботи, в Україні терміни «соціальне підприємництво» та «соціальне підприємство» офіційно не закріплені окремим нормативно-правовим актом, тому фактично його діяльність регулюється іншими чинними документами щодо підприємств, організацій, підприємництва, відповідно до організаційної форми діяльності суб'єктів економіки, під якими вони зареєстровані. Це, на думку багатьох експертів та фахівців, ускладнює процес регулювання розвитку соціального підприємництва та нівелює позитивні потенційні зрушення в суспільстві від його функціонування [29]. Окрім того, як пишуть в своїй статті К.С. Шапошніков, О.В. Покатаєва та А.П. Дука, відсутність статусу посилює негативне ставлення у суспільства до такого виду бізнесу внаслідок комерціалізації суспільних послуг [60].

Спроби описати та законодавчо визначити статус соціального підприємства в Україні були – спочатку на експертному рівні, а потім - на рівні проекту Закону України «Про соціальні підприємства» No 2710 від 23.04.2015 [45].

Експертний та фаховий рівень вивчення соціального підприємства та можливостей його упровадження в Україні представлений численними публікаціями науковців, які не тільки описали ознаки соціального підприємництва та його досвід функціонування в інших країнах, але й узагальнили певні моделі соціального бізнесу. Ці моделі виділені, наприклад, у [59] і включають як основну задачу:

- Підтримку підприємців. Послугуючись цією моделлю підприємства, наприклад, можуть надавати фінансові послуги особам вразливих категорій для відкриття власного бізнесу. Розвинувшись, ці підприємці можуть вести потім і соціально-комерційну, і просто комерційну діяльність.

- Працевлаштування осіб із вразливих категорій. Люди з таких категорій (люди з фізичними вадами чи військовими пораненнями, бездомні, соціально незахищена молодь, колишні засуджені) не можуть конкурувати на традиційному ринку праці і тому потребують підтримки та особливого ставлення з боку роботодавця.

- Фінансування соціальних програм. Підприємства використовують для фінансування соціальних програм дохід від проданих товарів чи послуг (такою моделлю часто послуговуються громадські організації).

- Брокерська або посередницька діяльність між клієнтами такого підприємства та зовнішнім ринком. Обов'язковою характеристикою клієнти є його приналежність до вразливих категорій.

Відповідно до цих моделей було укладено український Каталог соціальних підприємств, виданий у 2017 році в рамках проекту «Соціальні підприємства в Україні», що реалізовувався громадською організацією «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери “СОЦІУМ-XXI”», за фінансової підтримки Western NIS Enterprise Fund.

Аналіз підприємств за типом показав, що 150 підприємств, підтверджених як соціальні підприємства (незалежно від організаційно-правової форми) працевлаштовують вразливі групи населення (ветерани АТО, ВПО, з інвалідністю, тощо), частину або весь прибуток виділяють на фінансування благодійних організацій чи фондів, або на підтримку вразливих груп населення, проведення соціальних, культурних заходів чи проектів, які вирішують соціальні та/або екологічні проблеми [23, с. 4].

З усіх представлених в Каталозі підприємств найпоширеніша модель - працевлаштування людей із вразливих чи соціально незахищених категорій – 34% підприємств зі списку; реінвестування прибутків на вирішення певних соціальних проблем - 29% підприємств зі списку; поєднання працевлаштування та реінвестування за - 24% проаналізованих бізнесів; виготовлення продукту чи сервісу, який сам по собі вирішує певну соціальну

проблему, за такою моделлю працює 11% підприємств (серед таких «Україна без сміття»). Та ще 2% всіх соціальних підприємств займають різні кооперативи, серед яких переважно сільськогосподарські.

Проект Закону «Про соціальні підприємства», який так і не був прийнятий ВР України, прописував критерії для надання статусу соціального підприємства. які зокрема включали:

«1) забезпечення робочим місцем осіб, віднесених до соціально вразливих верств населення, частка зайнятості яких становить не менше половини загальної кількості працюючих на підприємстві;

2) надання соціальних послуг, визначених Законом України «Про соціальні послуги», за умови, що більше половини отримувачів цих послуг є соціально вразливі верстви населення;

3) забезпечення робочим місцем та надання соціальних послуг особам із соціально вразливих верств населення, якщо частка зайнятості таких осіб становить не менше 30 відсотків загальної кількості працюючих на підприємстві та не менше 30 відсотків отримувачів соціальних послуг відповідно;

4) реалізація продукції підприємства особам із числа соціально вразливих за цінами собівартості продукції або нижче собівартості;

5) інвестиції у соціально значимі проекти» [45].

Так само, якщо підприємство відповідало цим критеріям і отримало державне свідоцтво відповідного зразка та «Дозвіл на право користування відповідним видом державної підтримки соціальних підприємств», воно могло б отримувати відповідні засоби державної підтримки. Звертаючись до проекту закону, можемо так само там побачити, що передбачалося:

- надання права «на державну підтримку у вигляді пільг з оподаткування, при провадженні інвестиційної діяльності, у земельних питаннях, поворотної та безповоротної фінансової допомоги, позик, сприяння у наданні пріоритетів при розміщенні державного замовлення і

виконанні державних цільових програм, у працевлаштуванні вразливих категорій осіб та в інших формах, передбачених законом» [45];

- «фінансування соціальних проектів за рахунок коштів державного бюджету на поворотних (бюджетні позики) і безповоротних засадах через установи уповноважених банків, визначених Кабінетом Міністрів України і Національним банком України» [45];

- можливість залучення соціальних підприємств «до інвестиційних проектів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. Видача дозволу Міжвідомчою комісією з питань державної підтримки соціальних підприємств є підставою для укладення замовником договору (контракту) з соціальним підприємством щодо умов реалізації інвестиційного проекту, укладення договорів оренди землі, приміщень тощо» [45].

Але, оскільки проект закону ще в 2016 році був відхилений на підставі виявлення експертами корупціогенних факторів, то маємо констатувати, що інституційний статус соціальних підприємств до сьогодні не визначений і формо- та нормотворча функція держави щодо соціального підприємництва відтак не визначена.

Не зважаючи на це, протягом тривалого періоду соціальне підприємництво в Україні успішно функціонує в межах малого та середнього бізнесу, поєднуючи в своїй основі соціальне спрямування діяльності та прибутковість. При цьому воно продовжує мати різні організаційно-правові форми і користуватися численною підтримкою зарубіжних фондів та організацій, які намагаються не стільки виконати функцію держави із закріплення цього виду бізнесу на українській території, скільки закріпити такий вид бізнесу як соціальну цінність, змінити ставлення суспільства і створити нову соціальну норму, яка відповідає демократичним засадам управління в цивілізованому суспільстві.

Підтримувальна функція держави щодо соціального бізнесу, попри її законодавчу неврегульованість закладена у комплексних програмах розвитку

малого та середнього підприємництва регіонів на 2021-2023 роки одним із завдань є підтримка розвитку соціального підприємництва в Україні [див., напр. 28]. Уможливило постановку такого завдання відповідне розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.07.2020 № 853-р «Про затвердження Плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року».

Аналіз відповідної програми Запорізької області показав, що до 2021 року область мала певні досягнення в сфері розвитку соціально відповідального бізнесу, зокрема молодіжних соціальних підприємств. Зокрема, за фінансової підтримки обласної ради Запорізької області проводилися бізнес-івенти для представлення стартапів, обміну досвідом, отримання менторського наставництва тощо; забезпечено роботу бізнес-інкубаторів для супроводу підприємницьких ініціатив молоді та підприємців-початківців; надано безповоротну фінансову підтримку переможцю обласного конкурсу на реалізацію стартапу зі створення навчально-виробничого центру 3-d друку; активно підтримувалася сфера сільського зеленого туризму і підприємницькі проєкти в ній. Так, у рамках міжнародного грантового проєкту «SerTour II», направлено на запровадження додаткових та супутніх послуг для підприємців туристичної сфери, було розроблено туристичні маршрути та тури вихідного дня для осередку зеленого туризму Мелітопольського району; забезпечено проведення сертифікації відповідності міжнародним стандартам 21 об'єкту зеленого туризму області; організовано серію освітніх заходів для підприємців туристичної сфери; впроваджено проєкти «Подолай себе» та «Етносело – адаптація окремих верств населення (у т.ч. осіб з інвалідністю) до роботи в сфері зеленого туризму», направлені на соціалізацію осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення через зайняття підприємницькою діяльністю тощо [44].

На 2021-2023 роки програмою було передбачено низку заходів із розвитку підприємницької активності, зокрема молодих підприємців, які працюють або планують працювати в сфері туризму. На жаль, війна та часткова окупація Запорізької області російським агресором не дала змоги здійснити ці плани. Але як факт слід відмітити: у регіональних програмах розвитку малого підприємництва (тобто за кошти місцевих бюджетів передбачалася підтримка у вигляді навчання та фінансової допомоги).

На сьогодні, в умовах воєнного стану, підтримка державою соціального бізнесу представлена допомогою на рівні Державних служб зайнятості. Саме ці інституції пропонують низку активних програм для бізнесу, які покликані допомогти у вирішенні питань працевлаштування або збереження робочих місць для соціально вразливих категорій населення.

Серед таких програм від Державної служби зайнятості є [Програма з надання роботодавцю компенсації витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні](#) [27].

Метою цієї програми є допомога у вирішенні питань працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні.

Право на отримання такого виду відшкодування надається роботодавцю за кожну працевлаштовану особу з числа внутрішньо переміщених осіб на умовах строкового або безстрокового трудового договору (контракту), гіг-контракту, зокрема за сумісництвом, яким забезпечено працевлаштування такої особи з розміром заробітної плати за повністю виконану місячну (годинну) норму праці не нижче, ніж розмір мінімальної заробітної плати.

Компенсація витрат надається у розмірі 6700 гривень щомісяця за кожну працевлаштовану особу, за яку роботодавцем сплачується єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Загальна

тривалість надання такої компенсації не може перевищувати двох місяців з дня працевлаштування особи.

Так само одним з найпопулярніших проєктів у рамках урядової програми «Є робота» [32] у 2022-2023 роках є надання мікрогрантів підприємцям, в тому числі й соціального бізнесу. Це ціла низка урядових програм, покликаних підтримати підприємницькі ініціативи зі створення нових робочих місць та відбудовувати зруйновану війною економіку країни.

Приміром, головною метою урядової програми «Власна справа» [34] є створення нових робочих місць. Таким чином уряд одночасно підтримує розвиток бізнесу і бореться з безробіттям. Програмою передбачається, що повернення коштів гранту відбувається у вигляді податків та зборів. Використати кошти програми слід протягом 6 місяців з моменту їх отримання. Гроші можна витратити на придбання або лізинг обладнання, закупівлю сировини та матеріалів, орендну плату (не більше 25% від суми гранту). Сума мікрогранту - від 50 до 250 тис. грн. До 150 тис. грн. при створенні 1 робочого місця та прийняття на нього працівника, до 250 тис. грн — не менше 2 нових робочих місць.

Якщо зобов'язання перед державою за цим грантом підприємцем не виконані, тобто не створено робочих місць відповідно до суми гранту, він має повернути кошти.

У таблиці 2.3 подано повний перелік існуючих на сьогодні програм урядової грантової підтримки в рамках проєкту «Є робота»/

Програми урядової грантової підтримки в рамках проєкту «Є робота»

Назва програми	Сума кредиту	Хто отримує	Створення робочих місць	Напрямок використання коштів
Власна справа	До 250 тис.грн	Стартапер або діючий підприємець	Так, мінімум одне	придбання або лізинг обладнання, закупівля сировини та матеріалів, орендна плата, послуги маркетингу та реклами
Новий рівень	До 8 млн.грн	Переробні підприємства	Так, до 25 місць	Придбання обладнання для створення або збільшення виробничих потужностей, зокрема виробництва меблів, будматеріалів, одягу, фурнітури, ліній металообробки, аграрної переробки тощо
Свій сад	Співфінансування, до 400 тис.грн за 1 га	Агропідприємці з напрямом роботи садівництво, ягідництво, виноградарство	Так, 6-10 постійних та 125-425 сезонних працівників	Висадка та облаштування нового саду. ягіднику, винограднику площею 1-25 га.
Своя теплиця	Співфінансування, до 7 млн.грн за 2 га	Агропідприємці з напрямом роботи тепличне господарство	Так, від 14 постійних роб.місць	Створення тепличного комплексу, закупівля посівних матеріалів, технічного обладнання
ІТ-стартап (в процесі розробки)	До 3,5 млн грн	Діючі ІТ-підприємці та стартапери	Так, від 3 робочих місць в залежності від етапу життєвого циклу стартапу	Зарплата працівників, оплата консультаційних послуг, НДДКР, маркетинг
Старт в ІТ (в процесі розробки)	Залежить від вартості навчання	Українці, які не здобували формальну освіту та не мають кваліфікації (досвіду) в галузі ІТ		Кошти призначені на навчання в сертифікованих школах

Як бачимо зі змісту програм, вони призначені для широкого кола підприємців, а не лише для соціального бізнесу. Оскільки чотири ефекти ,

визначені державою, від цієї підтримки – поява нових бізнесів, нові робочі місця та зменшення безробіття, податки для державного бюджету, експортний виторг для країни – створюють неабиякий соціальний ефект і є основою успішного вирішення соціальних питань державою на даному етапі її існування.

Цікаво, що пріоритетним напрямом розвитку, який готова фінансувати держава, є ІТ-сфера. Саме в ній Україна вбачає одного з головних драйверів свого розвитку. На сьогодні це чи не єдина галузь економіки, яка продовжує розвиватись, створювати нові робочі місця, реалізувати нові проєкти, залучати інвестиції. За підсумками десяти місяців 2022, галузь зросла та принесла в економіку України \$6 млрд експортної виручки, що на 10% більше порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Частка експорту ІТ-послуг у ВВП збільшилась на 51% – до 5,4%, а в експорті послуг зросла на 24% та становить 47%, тобто майже половину [57]. Отже, надання мікрогрантів у цій сфері йде в руслі план державної реформи айти-освіти. Мета – закрити потребу ринку в якісних спеціалістах, а українцям допомогти опанувати нову професію.

Таким чином, у нормативно-правовому полі поняття «соціальне підприємництво» та «соціальне підприємство» ще не знайшли свого закріплення. Хоча, запропоновані в проєкті відповідного закону критерії до визначення соціального підприємства побутують у вітчизняній інвестиційній практиці, і саме, спираючись на моделі розподілу прибутку, об'єкт соціального підприємства, інклюзію вразливих категорій населення тощо інвестори надають фінансову, організаційну та навчальну підтримку таким категоріям підприємців. Держава в своїй підтримці підприємництва зараз, в умовах воєнного стану, не зосереджується лише на соціальних підприємствах, розуміючи і цінуючи будь-яку підприємницьку ініціативу, спрямовану на відновлення економіки та створення нових робочих місць. Тому започатковані нею урядові проєкти підтримки адресовані усім

підприємцям, у тому числі й тим, хто спеціально виділяє більшу частину прибутку на вирішення гострих соціальних проблем.

Висновок за Розділом 2

Аналіз ресурсного, законодавчого та інвестиційного потенціалу соціального підприємництва в Україні засвідчив високий потенціал соціально-підприємницьких ініціатив на рівні місцевих громад та окремих підприємців середнього та малого бізнесу, які усвідомлюють підприємницьку роботу на благо суспільства як нову соціальну норму. В українському законодавстві поки що відсутній закон, який регулює соціально-підприємницькі відносини і чітко визначає можливі організаційно-правові форми для соціальних підприємств. Тому нагальною потребою для розвитку цієї сфери, і на цьому акцентують всі фахівці і дослідники соціального підприємництва, є необхідність законодавчого визначення самого поняття «соціальне підприємство» і прийняття відповідного закону, що уможливить єдине бачення явища соціального підприємництва різними інститутами: суспільством, споживачами, державою, місцевою владою.

Інвестиційний потенціал соціального підприємництва в Україні підтримується соціально-підприємницькими стартапами, яких під час війни стає все більше у відповідь на загострені соціальні потреби суспільства. Соціально-підприємницькі проєкти працюють у нашій країні вже понад десять років. Вони були започатковані іноземними інвесторами і коучами, але зараз можна фіксувати підвищення громадської активності самих українців, які також стають інвесторами чи спонсорами важливих соціальних бізнес-проєктів. Такий напрямок інвестування має свій потенціал, особливо за умови підтримки органів влади та у взаємодії з ними.

Розглянуто роль соціального підприємництва в стабілізації ринку праці молоді. Для цього узагальнено наявні в Україні можливості фінансування, навчання та організації молодіжних підприємницьких ініціатив. І встановлено, що робота ця вже понад десять років ведеться зусиллями громадянського сектора та іноземних компаній, які створюють певні умови

для зародження, розробки та реалізації підприємницьких ідей молоді. У свою чергу, ініціативна молодь, отримуючи підтримку, реалізовує свої бізнесові чи дослідницькі амбіції, та винаходить можливості вирішення соціальних проблем, впроваджуючи філософію нових підприємницьких цінностей.

Державна підтримка соціального підприємництва, як показав виконаний нами аналіз діючих проєктів державної підтримки підприємців, здійснюється в контексті загальної підтримки всіх підприємців. Актуальним на разі урядовим проєктом підтримки є «Є робота», за рік дії якої понад 4,6 тисячі підприємців отримали гранти на започаткування бізнесів на загальну суму 3 мільярди гривень і було створено додатково 11 тисяч робочих місць. Соціально-підприємницький контекст цієї програми полягає в допомозі особам, які демобілізувалися з військової служби, інтегруватися в мирне життя. «Ветерани, які мають підприємницький хист, зможуть отримати від держави фінансову допомогу у вигляді гранту на започаткування або розширення власної справи. Розвиваючи власний бізнес, вони створять тисячі робочих місць, зокрема й для побратимів. І так долучаться до економічного відновлення країни», — зазначила із цього приводу перший віцепрем'єр-міністр — міністр економіки Юлія Свириденко [16]. Учасниками грантової урядової програми можуть стати демобілізовані бійці ТРО, добровольчих формувань, піротехніки, які долучалися до розмінування деокупованих територій; правоохоронці та представники спецслужб розвідки, безпеки України.

РОЗДІЛ 3

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ В МОЛОДІЖНИХ ПРОЄКТАХ

3.1. Ефективні моделі молодіжного соціального підприємництва

В умовах загострення соціально-економічних проблем на тлі криз та війни, важливо шукати ефективні шляхи їх вирішення у співпраці громадського та державного секторів. Наочними результатами такої роботи, які дають нам можливість отримати інформацію про сталі молодіжні ініціативи, які перетворилися або мають потенцію перетворитися на соціальні підприємства, є:

1) Конкурс найкращих практик молодіжної роботи в Україні, за результатами якого з 2017 року створюються каталоги «Найкращі практики молодіжної роботи». Конкурс, як вказано в каталогах, «започатковано у 2017 році Міністерством молоді та спорту України спільно з Програмою розвитку ООН в Україні з метою відзначення та популяризації молодіжної роботи. Проведення конкурсу — це можливість для зацікавлених у молодіжній роботі фахівців/чинь і волонтерів/ок знайти для себе приклади, методи і технології, які надихнуть на нові проекти та програми, допоможуть вибрати найбільш прийнятні концепції і підходи» [22];

2) Конкурс молодих соціальних підприємців «18:35», що проводиться в рамках програми бізнес-підтримки «Мріємо та діємо» за фінансової підтримки USAID Ukraine і IREX Ukraine у партнерстві з Making Cents International (MCI) і School of ME [10];

3) Підбірка соціальних проєктів за версією U-Report ((UNICEF). Започаткований у 2015 році, проєкт до сьогодні виступає потужним інструментом, що допомагає розповсюджувати думку молоді на суспільно важливі теми [37].

З Каталогу «Найкращі практики молодіжної роботи-2021» ми обрали молодіжний проєкт, започаткований громадською організацією для вирішення важливої соціальної проблеми для окремої громади чи суспільства в цілому. Цей проєкт має тривалу історію і може з часом перетворитися на повноцінне соціальне підприємство.

Ще один проєкт для аналізу ми взяли з числа переможців Конкурсу молодих соціальних підприємців «18:35». Це громадська ініціатива, спрямована на покращення життя в декількох селах Львівської області через соціальне підприємство, прибуток якого спрямовується на покращення життя громади.

Третій проєкт – великий проєкт національного та міжнародного масштабу, започаткований молодими українцями задля підвищення якості освіти населення в усіх сферах життя. Попри величезний суспільний імпакт та різноманітність пропонованого освітнього інструментарію, проєкт є соціальним, оскільки і грантові, і краундфандингові кошти, і кошти, зароблені компанією від комерційної діяльності, відразу спрямовуються на виробництво нових навчальних програм, підвищуючи, таким чином, якість та кількість українського навчального контенту.

Ми вивчили ці практики за допомогою методу кейс-стаді і виявили основні моделі, за якими ці проєкти можуть надалі розвинути в соціальне підприємство та особливості їх функціонування в тому регіоні, де ця ініціатива започаткована.

Для проведення описового кейс стаді було розроблено таку концептуальну схему вивчення організацій-виконавців молодіжних проєктів:

1. Історична довідка (коли та з якою метою (ідеєю) була створена, історія створення, основні етапи реалізації, нинішній стан справ, особливості).
2. Опис організації (організація роботи, опис приміщення, цільова категорія клієнтів, статистичні дані щодо роботи, ідеологічні установки).

3. Структура організації (скільки спеціалістів працює в проєктах, їхнє професійне спрямування).

4. Партнери організації (співпраця з іншими недержавними організаціями, партнерство з державними структурами, співробітництво із закордонними партнерами, робота в громаді, залучення волонтерів).

5. Фінансування (основні джерела фінансування, напрями витрат коштів).

6. Методи роботи (організація та здійснення самого проєкту, методи пошуку клієнтів, на вирішення яких соціальних проблем спрямована діяльність, ефективність проєкту).

7. Перспектива роботи (розширення діяльності, зміна моделі діяльності, плани на майбутнє).

Отже, обраний нами проєкт з Каталогу ««Найкращі практики молодіжної роботи-2021» має назву «Почуй мене» і має на меті забезпечити залучення якомога більше осіб з порушеннями слуху до громадянського суспільства, активного життя в громаді, використання ними всіх прав та свобод, передбачених Конституцією України через людей, які володіють мовою жестів. Реалізатором проєкту є громадська організація «Час для нас», діяльність якої ми далі розберемо за методом описового кейс стаді.

1. **Історія та ініціатива створення.** Громадська організація «Час для нас» створена при кафедрі соціальної педагогіки і соціальної роботи в 2016 році і спрямована на об'єднання добровольців-волонтерів серед студентської молоді Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя та всіх бажаючих задля добрих безкорисних справ для громади міста Ніжин та Чернігівської області.

2. **Опис організації.** Організація продовжує працювати на базі Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя, викладачем якого є директорка організації. Для навчальних заходів використовуються приміщення університету та інші локації, передбачені тренінговими та іншими програмами. За час роботи проведено понад 30 різноманітних акцій,

дозвіллевих заходів, концертів, занять, майстер-класів з різними категоріями населення, надається допомога в речами, іграшками, книгами. Під час війни організація зосереджена на волонтерській діяльності, пов'язаної з допомогою цивільним та військовим. Зі значних проєктів, реалізованих за допомогою збору волонтерських коштів – купівля реанімобілю для міської лікарні м. Ніжин, забезпечення 200 жителів Ніжина із захворюваннями щитоподібної залози лікарськими препаратами (інсуліном); забезпечення людей з порушеннями слуху батарейками для слухових апаратів. Для військових за допомогою волонтерських коштів. Зібраних за ініціативи ГО, куплено 10 автомобілів [41].

«Спільно з благодійним фондом «Карітас» у приміщенні Ніжинського університету імені Миколи Гоголя вдалося реалізувати проєкт «Простір, дружній до дітей». Для дітей із родин ВПО, дітей із інвалідністю та з багатодітних родин тут проводяться різноманітні групові заняття, майстер-класи, ігрові та розважальні заходи» [41].

3. **Структура організації.** Офіційно кількість працівників не зафіксовано. Організація для виконання своїх проєктів залучає допомогу волонтерів та фахівців-виконавців, послуги яких оплачує з грантової допомоги.

4. **Партнери.** На разі організація співпрацює з усіма соціальними закладами міста: Міським центром соціальних служб для дітей сім'ї та молоді, Ніжинським районним центром соціальних служб для дітей сім'ї та молоді, Територіальним центром соціального обслуговування, Ніжинським будинком-інтернат, Центром соціально-психологічної реабілітації, Соціальним гуртожиток м. Ніжин, Відділом у справах сім'ї та молоді Ніжинської міської ради, Відділом у справах дітей Ніжинської міської ради та громадськими організаціями Червоного хреста, ГО «Спілка самаритян України Чернігівське об'єднання», ГО «Сила матері» м. Носівка [11].

5. **Основні джерела фінансування** – грантові кошти та кошти фізичних та юридичних осіб, залучених під час волонтерських зборів під конкретні проекти.

6. **Методи просування продукту та перспективи.** На сторінках преси знайдено 10 публікацій, присвячених діяльності ГО. З них вдалося з'ясувати, що основною моделлю організації є залучення добровільних внесків громадян та грантових коштів для вирішення соціально важливих цілей – освіта, просвітництво та просування ідей рівності та недискримінації людей вразливих категорій, волонтерство, організація цікавого спільного дозвілля для молоді та людей з інвалідністю тощо. Про перспективи перетворення організації на соціальне підприємство не йдеться, оскільки **не сформована бізнес-модель**, завдяки якій, організація самостійно заробляє кошти на виконання своєї соціальної місії.

Другий проєкт *«Шалена голка»* – соціальна швейня, завдяки якій 10 жінок з невеликих сіл Жовківського району Львівщини отримали можливість офіційного працевлаштування. Таким чином, місією проєкту є подолання бідності та забезпечення сталої діяльності громадської організації «Михайлівське товариство», яке є реалізатором цього проєкту та інших проєктів, спрямованих на розвиток села Деревні та навколишніх сіл, створення умов для розвитку людського потенціалу, талантів та здібностей мешканців та збільшення привабливості сільських територій.

1. Історія та ініціатива створення. ГО «Михайлівське товариство» створене у 2017 році у селі Деревні на Жовківщині (Львівська область). Організація об'єднала небайдужих жителів села різних поколінь. Зараз її учасниками є 17 осіб віком від 18 до 69 років. У 2019 році для досягнення статутних цілей організацією утворено швейний цех з трьох осіб. Згодом, кількість працівників збільшилася до десяти. У організації з'явилося окреме приміщення.

2. Опис організації. Основна спеціалізація - пошиття трикотажних виробів на давальницькій сировині та частково виготовлення власної

продукції - робочого спецодягу. У 2023 році запуснено пошиття безкаркасних меблів, екосумок тощо. Частина отриманого прибутку спрямовується на підтримку соціальних ініціатив в селах, охоплених діяльністю громади. Зокрема, було підтримано місцевий футбольний клуб «Деревня», облаштовано громадські простори в селах Деревні та Замочок, проведено фестивалі "Різдвяне небо" та "Незалежність.fest"; для дітей та молоді організовано постійно діючі майстер-класи з гончарства та каліграфії тощо.

3. Структура. Кількість учасників організації-17 осіб. 10 осіб – залучені працівники до соціального підприємства.

4. Партнером організації є Міжнародний Фонд "Відродження".

5. Джерела фінансування. Окрім коштів, що заробляються соціальним підприємством самостійно, організація також має грантову та партнерську підтримку від Міжнародного Фонду "Відродження".

6. Методи. В перспективі, для виконання статутних цілей організація планує розширити можливості швейного цеху, придбавши універсальні автоматичні прямострочні машини, а також інші спеціальні швейні машини, отримавши натомість: додаткові робочі місця; збільшені обсяги пошиття та прибутку; збільшення фінансової підтримки наявних ініціатив та започаткування нових.

7. Перспективні плани. Серед конкретних задач ГО, які воно планує здійснити завдяки роботі свого соціального підприємства, налагодження постійної роботи гуртків в селах для дітей та молоді, які б розвивали їх таланти, навички, вміння; підтримка інфраструктурні та екологічні проектів громади шляхом надання дофінансування; популяризація та збереження культурної спадщини через відновлення та реставрації пам'яток історії та культури, їх популяризації, тощо.

Як бачимо, моделлю цього соціального підприємства є модель фінансування послуг, відповідно до якої соціальні підприємства продають товари та надають послуги зовнішньому ринку, а дохід, отриманий від

продажу, використовують на фінансування своїх соціальних програм. За змістом вона є найближчою до моделі «Crowdsourcing» («Краудсорсинг»): процес, в якому маса людей формує спільний продукт. Часто цей продукт має інноваційний характер або вирішує певну проблему [64].

Третім проектом нашого аналізу є освітня платформа <https://ed-era.com/>, розробником якої є ТОВ "ЕДЕРА СТУДІО" – українська студія онлайн-освіти з досвідом розробки комплексних освітніх матеріалів (проведення досліджень, розробок концепцій, освітнього продакшену, запуску комунікаційних кампаній, розміщення та підтримки на онлайн-платформі EdEra).

1. **Історія та ініціатива створення.** Як окрема ініціатива з'явилася в 2014 році, коли два студенти радіофізичного факультету вирішили створити онлайн-курс з фізики, надихнувшись кращими світовими практиками. Бажання впровадити культуру якісного освітнього продукту в Україні втілювалося в онлайн-курси, підручники, спецпроекти, які розробляються до сьогодні. Найбільш знакові статуси та події платформи. У 2015 році ЕДЕРА отримала нагороду як найкращий освітній стартап за версією Радіо Аристократи. У 2017 на платформі з'явився перший онлайн-курс, який отримав гриф Міністерства освіти і науки України для використання в закладах освіти «Лайфхаки з української мови». Тоді ж – перший онлайн-курс для підвищення кваліфікації вчителів у межах реформи НУШ. У 2019 році було створено концепт та перші продукти для «Дія: Цифрова освіта». У 2020 відбувся перехід на власну LMS-платформу. Тоді ж було створено разом із Мінцифрою та Київстар перший в Україні онлайн-курс з підприємництва для підлітків. У 2021 році кількість користувачів платформи перевищила 2 млн. У тому ж 2021 році разом із Viber Україна було створено першого чат-бота для вчителів про викладання у Viber (наразі ним користуються понад 175 тис. українських вчителів). 2022 – кількість користувачів зафіксовано у 2 млн. У 2023 році EdEra першої з українських

студій онлайн освіти розмістила свій курс на платформі Coursera (найкрупнішій світовій платформі онлайн освіти).

2. **Опис організації.** Результати роботи: 19 онлан-курсів (для учнів, учителів, батьків та спеціалістів різних фахів); 11 інтерактивних підручників з теоретичними відео та навчальними текстами із онлайн-курсів; 10 спецпроектів (з відео, теоретичними матеріалами, прикладами та тестами); 9 мільйонів переглядів онлайнкурсів на Youtube. На разі на платформі містяться відео та навчальні матеріали за 17 напрямками. Адресатами є школярі та студенти, вчителі, дорослі. Розроблено кейси для бізнесу та для загальної аудиторії. Загальна кількість користувачів платформи – близько 2 млн.

3. **Структура.** Команда EdEra – висококваліфіковані молоді фахівці різних напрямів. Як бачимо з офіційної інформації, що міститься на платформі – процеси створення інформаційного продукту підтримує команда молодих науковців, IT-спеціалістів, менеджерів, редакторів, дизайнерів, режисерів та комунікаційників, які утворюють: відділ партнерств (створення нових інформаційних продуктів), R&D-відділ (аналіз трендів та світових практик. цільової аудиторії); відділ комунікацій (стратегія просування); креативна команда (візуальне оформлення продукту); In-house-продакшн (методичний супровід); проджектменеджмент (контроль якості).

4. **Партнерами** організації є міжнародні, державні, громадські та бізнесові інституції, серед яких: British Council, OSCE, UNICEF, Google, Racuten Viber, Міністерство цифрової трансформації України, Міністерство освіти і науки України, VoxUkraine, Coca Cola, Київстар, ЦВК Просвіта та інші.

5. **Основні джерела фінансування:** грантові та спонсорські кошти, приватні пожертви (наприклад, через «Спільнокошт»). Фінансування також відбувається за рахунок B2B продуктів (тобто через обмін товарами, послугами або інформацією (чи їхній продаж) між компаніями і не включає в цей процес кінцевого фізичного споживача товару чи послуги), комерційних

продуктів «під ключ». Тобто фінансування диверсифіковане. До 2022 року проєкт не був прибутковим, оскільки 100% коштів від комерційної діяльності спрямовувалися на розвиток некомерційних продуктів [14]. У 2022 році засновник відкрив Товариство з обмеженою відповідальністю з однойменною назвою. Що означає, що соціальний проєкт дав початок для інших видів бізнесу.

6. **Методи.** Дуже цікавою та інноваційною складовою діяльності цієї освітньої платформи є маркетинг їхнього продукту. Перед тим, як взяти в розробку якийсь навчальний курс, відбувається вивчення цільової аудиторії: «окреме RnD-дослідження, окремий підхід, формат. Ми не знімаємо всі відео в одній студії. Перед створенням курсу в нас близько півмісяця йде на попереднє дослідження цільової аудиторії, схожих продуктів за кордоном, проблем у цих продуктах. Якщо треба — збираються фокус-групи, аби дізнатися, як вони вивчають таке. І лише потім починається робота над структурою курсів, формування «перевернутої піраміди» — від легших матеріалів до складніших» [14].

Дуже диверсифіковані і методи просування продукту до споживачів: «якщо ми робимо курс для адвокатів, то просуваємо його серед адвокатських спільнот, юридичних компаній тощо. Ми навіть не повідомляємо про це в медіа, тому що це не має сенсу. Ми цілимося конкретно на тих, для кого цей курс працює. Якщо це курс про експорт для бізнесу — це конкретно Асоціація експортерів України, які саме цим адресно займаються. Якщо це курс для школярів — то це конкретно канали в Telegram, Instagram» [14].

7. **Перспективи.** З численних публікацій про платформу вдалося дізнатися, що в планах компанії – суттєве збільшення кількості англійських курсів, запуск проєкту-платформи підготовки до тестів ЗНО, співпраця з Vox Ukraine по курсу з фактчеку, юридичні курси та курси з підприємництва, курс із ІТ, проєкти з технологій. Багато проєктів буде присвячено громадянській освіті та правам людини.

Як і в другому випадку, однією з моделей цього соціального бізнесу є модель фінансування послуг та спрямування коштів на виконання соціальної місії бізнесу (краудсорсингу). Разом із тим, вагомим способом фінансування платформи. Особливо на початку її розвитку було (і є актуальним зараз) приватні пожертви після прослуховування безкоштовного курсу. І в цьому сенсі цей метод дозволяє говорити про модель «Pay What You Can» («Плати, скільки можеш»): надання будь-якої ціни за товар або послугу; покупець сам обирає, скільки може або хоче заплатити [52]. Така модель є ефективною, коли покупці розуміють, що отримані кошти підуть на соціальну мету. Так організації часто можуть заробити більше грошей, ніж установивши фіксовану ціну. В процесі розвитку цього бізнесу, можна побачити і використання ним елементів моделі франчайзингу передача прав на певних умовах на користування торговою маркою, і модель підписки - продаж можливості користуватись товаром або послугою протягом певного періоду. Тобто, в цих умовах ми можемо говорити про цілий комплекс бізнес моделей, до яких вдається компанія для розвитку свого соціального проекту і диверсифікації ризиків фінансування.

Таким чином, розглянувши три найбільш типові проекти молодіжних соціальних ініціатив, які найбільш поширені наразі в нашій країні, можемо констатувати, що громадські організації, які спираються в своїй роботі лише на волонтерський ресурс та грантову допомогу, ризикують своїм соціальним проектом, оскільки ці шляхи фінансування та розвитку є вичерпними. У нашому випадку – це перша з аналізованих організацій. Ті ж організації, які в основу своєї діяльності, покладають певну бізнес-модель або комплекс бізнес-моделей, мають більш стабільні основи для розвитку та тривалого виконання своїх соціальних цілей.

3.2. Аналіз стратегічних складових досліджуваних проєктів молодіжного соціального підприємництва

Для оцінки стратегічних складових обраних в 3.1. підприємств соціального бізнесу, доцільно скористатися моделлю Canvas опису їх поточної стратегії. Вона була створена у 2008 році Олександром Остервальдером, швейцарським бізнес-теоретиком та Івом Піньє (бельгійський науковець, фахівець інформаційних систем управління) [54]. Модель набула стрімкого поширення і зараз застосовується викладачами, студентами відомих бізнес-школ, університетів світу. Після публікації основної версії «Business Model Canvas» почалося створення різних її адаптацій. В тематиці соціального підприємництва прийнято використовувати «Social Enterprise Canvas» («Канву соціального підприємства»), розроблену Штефаном де ла Пена Кіком у рамках «Social Entrepreneurship Education Network» [52], як версію, адаптовану під особливості соціального підприємства.

Основною стратегічною метою соціального підприємства є створення певної цінності. Дана бізнес-модель якраз і дає можливість розглянути ціннісну складову на кожному етапі роботи соціального підприємства. Зокрема вона пропонує 9 інформаційних блоків, на підставі яких соціальне підприємство планує свою діяльність. А ми спробуємо проаналізувати, яким чином той чи інший блок представлено в роботі підприємств, які було обрано для аналізу і визначити, наскільки цінності, які вони пропонують, є актуальними та довговічними для суспільства і споживачів їхнього продукту чи послуги.

Блок 1. Сегменти споживачів. Тут визначаємо, для кого працює проєкт і який споживач займає найбільший сегмент в структурі використання продукту. Цільову аудиторію споживачів можна описувати за допомогою таких характеристик як «Вік», «Стать», «Місце проживання», «Релігія», «Добробут», «Конкретна проблема», «Психологічні особливості».

Діяльність «Час для нас» в проєкті «Почуй мене» спрямована на осіб, яким за специфікою роботи чи через життєві обставини важливо знати

жестову мову, щоб комунікувати з людьми з розладами слуху, соціалізувати їх або допомагати долати життєві труднощі.

Споживачами ГО «Михайлівське товариство» є, з одного боку, особи, для яких виготовляється продукція соціальної швейні (замовники, що дають сировину, окремі покупці готової продукції). З іншого боку, споживачами є всі члени громади, які користуються профінансованими благами або беруть участь у заходах, які ця структура так само співфінансувала.

Наприклад сегментом споживачів EdEra є українці різного віку (але переважно молодого), які цікавляться неформальною освітою і потребують спеціалізованих навчальних курсів, як альтернативних тим, що викладаються в їхньому навчальному закладі, або курсів, що дають додаткові знання. За словами засновника проекту, усіх користувачів платформи можна розділити на три сегменти: школярі (з цієї аудиторії, власне і починався проєкт), учителі, курси для професіоналів (напрямок B2B).

Блок 2. Проблема та наявні альтернативи. Тут виділяємо ті цінності, які запитують споживачі. Тобто описуємо не сам продукт (товар) а те, яку проблему він вирішує. Окремо варто проаналізувати, що клієнт використовує/купує і що він хотів би купувати. Цілком можливо, що він купує не зовсім те, що йому треба, або не знає про альтернативи.

Цінність інклюзивності та пізнання інших та комунікації дає своїм споживачам ГО «Час для тебе». Інклюзія (від англ. inclusion – включення, залучення) – це процес збільшення ступеня участі всіх громадян у соціумі. Отже, ця ГО – простір для того, щоб, з одного боку, кожен бажаючий проявив себе як суб'єкт допомоги іншим, зокрема вразливим категоріям населення, а з іншого, в межах цього простору багато осіб з таких категорій знаходять підтримку, визнання та й реальну матеріальну допомогу. Альтернатив такій організації немає, в межах цього локального простору. Треба розуміти, що люди з порушеннями розвитку чи фізичними вадами не будуть обирати альтернативи через великі комунікативні бар'єри.

ГО «Михайлівське товариство» пропонує своїм клієнтам цінність праці і цінність комунікації. Цінність праці реалізується безпосередньо через соціальну швейню, і вона поширюватиметься на більшу кількість членів громади, які зможуть туди працевлаштуватися і будуть цінувати своє робоче місце, оскільки в цій сільській місцевості працевлаштування – велика проблема. Цінність комунікації реалізується в соціальних проєктах, які зорганізовує та фінансує чи співфінансує ця організація.

Ed era пропонує своїм клієнтам цінність навчання, причому навчання за допомогою нових технологій, що робить таку послугу більш гнучкою в часі, розширює віковий сегмент споживачів, дозволяє користуватися продуктом зі зручної для споживача локації. Альтернативою Ed era є багато навчальних платформ, серед яких так само україномовна і безкоштовна - prometheus.org.ua. Разом із тим, на www.ed-era.com. на відміну від іншої україномовної платформи – до кожної лекції (коротких відео, запитань і завдань для кращого засвоєння матеріалу) додається супроводжуючий матеріал – конспект з ілюстраціями та поясненнями. Кожного тижня студенти виконують домашнє завдання, а в кінці курсу складають іспит. Навчатися можна в будь-який зручний час, а успішність підтверджується сертифікатом. Тобто ця платформа більш пропедевтична, оскільки має інструменти перевірки і засвоєння матеріалу, а не тільки подання інформації.

Блок 3. Вибір каналів комунікації. У цьому блоці слід аналізувати, яким способом кожен сегмент споживачів отримує послугу? Причому, важливо враховувати абсолютно всі канали: перший контакт, переконання, доставка, післяпродажний сервіс/супровід, реклама і т.і. Всі точки контактів з клієнтами мають бути враховані.

В процесі аналізу слід відповідати на питання, чи повністю вони влаштовують клієнтів? Наскільки вони зручні виробнику продукту? Чи вписуються вони в діяльність клієнта?

Так, Для ГО «Час для нас» основним комунікаційним каналом є соціальна мережа Facebook, через яку створюються події, відбувається

запрошення на наші заходи, переписка з тренерами, волонтерами тощо. На другому місці – телефонний зв'язок та безпосередні зустрічі з тренерами та клієнтами під час занять.

Так само Facebook та Instagram використовують в якості основних каналів комунікації з клієнтами працівники ГО «Михайлівське товариство». Так само важливим є телефон та месенжери, і – безпосереднє спілкування з клієнтами під час заходів.

для Ed Era основним каналом комунікації є сама онлайн-платформа. Окрім того, за визначенням засновника компанії, оскільки вони не мають універсального підходу до розробки своїх курсів, а орієнтовані чітко на певний сегмент своїх клієнтів, то найчастіше для повідомлення про зміни чи нові розробки використовуються вузькоспеціалізовані канали: «Ми навіть не повідомляємо про це в медіа, тому що це не має сенсу. Ми цілимося конкретно на тих, для кого цей курс працює. Якщо це курс про експорт для бізнесу — це конкретно Асоціація експортерів України, які саме цим адресно займаються. Якщо це курс для школярів — то це конкретно канали в Telegram, Instagram» [14].

Блок 4. Формування стосунків з аудиторіями/клієнтами. У цьому блоці слід аналізувати, яким чином вибудовуються стосунки з клієнтами (аудиторіями)? Треба зазначити – послуги безпосередні чи автоматизовані? Від цього залежить і характер стосунків. Яка результативність таких стосунків, чи має місце емоційне вигорання учасників комунікації, чи застосовується психологічна профілактика тощо?

В ГО «Час для нас» це залежить від проекту, яким займається організація. Початково – в основному безпосередній контакт. Якщо це цикл занять – то стосунки вибудовуються під час навчального спілкування з тренером. Якщо це проект допомоги тимчасово переміщеним особам – то в безпосередньому контакті з волонтерами. Якщо це допомога армії, то так само це адресна допомога конкретному військовому підрозділу, аби було

зрозуміло, на що конкретно витрачені кошти і ті, хто брав участь у зборах стежили вже за діяльністю цього підрозділу більш уважно.

Так само, оскільки безпосередній контакт з клієнтами в ГО «Михайлівське товариство» стоїть на першому місці, то відносини довіри та авторитету організації, які сформовані від наочних результатів її діяльності, мають першочергове значення. І оскільки ареал організації не є великим, то немає необхідності в спеціальному брендуванні діяльності. Розголос про подію чи потребу так само відбувається в безпосередньому спілкуванні.

А от для EdEra, сфера дії якої є дуже широкою, дуже важливо застосовувати різноманітні інноваційні технології при завоюванні довіри чи лояльності користувачів. Тому в їх роботі застосовується корпоративна символіка-подарунок для клієнтів, працівників, партнерів; виготовляються сертифікати, які засвідчують проходження курсу і збільшується індекс довіри до продукту компанії завдяки залученню до співпраці офіційних та міжнародних організацій. Так само важливим є фіксація результатів: зареєстрованих користувачів, їх активності, переглядів навчальних роликів на Youtube, переглядів розташованих на EdEra книжок. Так само, як зазначає в інтерв'ю засновник компанії, вибудовуванню лояльності клієнтів сприяють різноманітні спецпроекти: «Спецпроекти використовують по-різному. Наприклад, «Антикорупційні уроки» використовують 300 шкіл. Є проект із психологинею Світланою Ройз, у якому ми рахуємо конкретно перегляди. Є спецпроекти оновлення шкільних програм із Міністерством освіти й там по 20 тисяч користувачів залишали свої коментарі. Загалом ми охоплюємо близько мільйона осіб» [14].

Блок 5. Отримання коштів для діяльності. Потоки доходів. Фандрейзинг. Співпраця з грантодавцями. У цьому розділі зазначаються всі доходи, які організація отримує з розбивкою за типами. Наприклад: постійні доходи з фіксованою ціною, плаваючі, оренда і т.і. Обов'язково до кожного джерела слід прикріплювати його характеристику і частку в загальному потоці доходів. Це дозволить виділити основні, найважливіші

потоки, додаткові. А також визначитися зі стратегією розвитку на майбутнє: що зрозуміти, а на що не варто звертати особливої уваги.

В ГО «Твій час» основні джерела фінансування – грантові кошти та кошти фізичних та юридичних осіб, залучених під час волонтерських зборів під конкретні проєкти. Оскільки характер такого джерела сам по собі непостійний, то організації треба щоразу доводити свою соціальну цінність та актуальність для членів громади, аби користуватися такою фінансовою підтримкою.

ГО «Михайлівське товариство» переважну частину коштів заробляє самостійно, через соціальну швейню. І це можна вважати постійним джерелом доходів організації. Останні два роки організація підтримується фінансово за рахунок Міжнародного Фонду "Відродження" і так само шукає постійно шукає мікрогранти для підтримки свого соціального бізнесу. Це – другорядне джерело доходу, яке варто пустити на розвиток ресурсної бази підприємства, з тим. аби посилити постійне джерело доходу. Чим, власне, організація і займається.

В EdEra фінансування має диверсифікований характер. Постійним доходом компанії можна вважати кошти від грантів та спонсорів, кошти від приватних жертводавців (ми такий варіант фінансування побачили через відому в Україні краундфандингову платформу «Спільнокошт»). Фінансування, за словами засновника компанії, також відбувається за рахунок B2B продуктів, виготовлення комерційних продуктів «під ключ».

Блок 6. Ключові ресурси для діяльності. У цьому розділі треба визначити, які ресурси і наскільки підтримують модель функціонування організації. Які активи мають найбільше значення. Тут варто виділяти всі ресурси, необхідні для виробництва, так і для формування стосунків, каналів збуту тощо. Ресурси можна визначати по видах: фінанси, сировина, людські, інтелектуальні, нематеріальні (наприклад, патенти, сертифікати).

Людський ресурс є найбільш важливим для ГО «Твій час». Організація повністю тримається на харизмі та енергії її лідера, а також на її зв'язках і можливостях впливати на соціальну політику громади.

Для ГО «Михайлівське товариство», яке відчуває відповідальність за продовження діяльності соціального підприємства і можливості для заробляння коштів його працівниками, ключовими є як людський, так і матеріальний ресурси. Соціальна місія ГО з-поміж інших вирішення проблеми зайнятості серед сільських жителів, і для цього організації треба мати сталий матеріальний ресурс, на якому можна розгортати та розвивати виробництво.

Найважливішими ресурсами для EdEra є людський та інтелектуальний. Менеджери платформи всі спеціалізуються не просто на створенні інтелектуального освітнього продукту, а такого, що реально допомагає вирішити освітню проблему клієнта. Тому вони знаються і на методиках навчання, і в освітній експертизі, вміють створювати навчальний контент і надавати йому відповідної форми. Дуже важливим видом ресурсів є нематеріальні – сертифікати про проходження курсу, які закріплюють статус продукту, що надається, і визнаються великою кількістю офіційних організацій як освітній сертифікат, що визнає кваліфікацію в робочих колективах і зараховується як додатковий освітній курс в навчальних. Фінансові ресурси, відповідно, мають третє місце у виконанні наших проєктів, оскільки вони є, допоки це дозволяє стабільна інтелектуальна робота команди.

Блок 7. Ключова діяльність та основні процеси в організації. У цьому розділі треба з'ясувати, які дії потрібно робити, щоб діяльність мала результат? Що відіграє ключову роль? Інакше кажучи, тут мають бути сформовані основні етапи робіт в організаційному процесі.

Ключовим процесом в ГО «Час для нас» є волонтерська робота з особами вразливих категорій та навчання поводженню з людьми з інвалідністю. Тобто навчальна діяльність – один з основних процесів в

організації. Відтак вона здійснюється за таким попереднім планом: 1) розробка робочої та навчальної програми курсу з визначенням, цілей, задач та основних компетентностей, які мають бути на виході; 2) набір цільової групи; 3) організація безпосередньо навчального процесу та відпрацювання запланованих навичок та компетентностей; 4) проведення заключного тесту та практична робота з цільовим об'єктом.

В ГО «Михайлівське товариство» ключовою діяльністю є виробнича, пов'язана з роботою швейного цеху. Тож алгоритм процесів так само пов'язаний з організацією виробництва: 1) складання плану виробництва і номенклатури продукції; урахування давальницького та власного ресурсу у виробництві; 2) організація відшиву виробів за давальницькими схемами та з урахуванням місцевого попиту; 3) актуалізація каналів збуту продукції та рекламування; 4) збут та отримання доходу, який перерозподіляється на виплату заробітної плати та обов'язкових платежів, розвиток підприємства та соціальну діяльність в громаді.

EdEra як освітня платформа має три ключових напрями діяльності: онлайн-курси, інтерактивні підручники, освітні спецпроекти. Для створення, приміром, онлайн-курсу, платформа дотримується наступного алгоритму:

1) Планування та дослідницький маркетинг: визначення цілей, побажань та бачень партнерів та клієнтів, дослідження теми, світових трендів та практик викладання, розробка концепції курсу,

2) Організація процесу: деталізація концепту, підбір матеріалів та створення візуального оформлення продукту,

3) Мотивація: надання продукту зрозумілих і адекватних для сприйняття форм за допомогою правильної анімації, технічних налаштувань та іншого інструментарію, що допомагає засвоювати контент,

4) Контроль та координація: просування продукту до користувачів, супровід та підтримка.

Блок 8. Ключові партнери. У цьому розділі можна застосувати наступний підхід: 1) скласти перелік всіх партнерів, з якими організація веде

справи і яким вона найбільше довіряє в певній галузі, 2) скласти перелік партнерів для конкретному проекту.

Наприклад, у ГО «Час для нас» постійний партнер – Ніжинський університет. Він ресурс для підбору фахівців, волонтерів, формулюванні цілей та ініціювання соціальних проєктів. Ще один постійний партнер – Ніжинська міська рада (відділ у справах сім'ї та молоді, відділ у справах дітей) – це джерело актуальних для міста соціальних потреб, координація з різними службами, які можуть на рівні міста їх вирішувати, забезпечення присутності громадської організації у полі зору міської влади з можливістю взяти участь в актуальних для міста заходах тощо.

Для виконання конкретного проєкту, наприклад, організації навчання людей, що комунікують з особами з вадами слуху (проєкт «Почуй мене») можуть бути потрібні такі партнери: Ніжинський університет (фахівці, які вестимуть заняття); Центр соціально-психологічної реабілітації (заклад, який може надати приміщення для занять), Соціальний гуртожиток м. Ніжин, ГО «Спілка самаритян України Чернігівське об'єднання», ГО «Сила матері» м. Носівка, Ніжинський будинок-інтернат, (усі – хто допоможе зібрати цільову аудиторію).

Для ГО «Михайлівське товариство» постійним партнером є сільська рада с. Деревня Жовківського району Львівської області. Для розвитку конкретних проєктів, цільовим партнером організації є Міжнародний Фонд "Відродження" та інші фонди, які або підтримують основну діяльність ГО, або спільно фінансують інфраструктурні проєкти села.

Онлайн платформа EdEra має дуже велику кількість партнерів, але постійними можна назвати Міністерство освіти і науки України, яке забезпечують місію і мету роботи онлайн-платформи, Міністерство цифрової трансформації України, що утримує продукти компанії з цифрової освіти; розробники програмного забезпечення LMS (Learning Management System), яка є основою EdEra та інші. Цільовими партнерами можна вважати тих, які працюють спільно з EdEra над розробкою чи супроводом конкретного

освітнього продукту. Наприклад, Viber Україна став партнером EdEra у створенні першого чат-бота для вчителів про викладання у Viber.

Блок 9. Структура витрат. Під час аналізу цього блоку варто визначити постійні та змінні витрати, витрати на заробітну плату, податки, ціна ресурсів і т.д. З'ясувати, які витрати є найважливішими та найвищими і яка діяльність вимагає максимальних витрат.

Оскільки дані про три організації ми аналізуємо, користуючись інтернет-джерелами відкритого доступу, то структура витрат цих організацій не є доступною для аналізу. Можемо обмежитися лише загальними заувагами, що постійними витратами для громадських та неприбуткових організацій можуть бути оренда офісу (іншого приміщення під проєкт), комунальні платежі, інтернет, телефон, оплата праці працівникам. Змінними – закупівля необхідного обладнання, техніки, інструментарію для роботи.

Описову частину бізнес-моделі для аналізованих соціальних проєктів (підприємств) узагальнимо в наступній таблиці 3.1

Табл. 3.1

Бізнес-модель CANVAS для громадських організацій

Блоки бізнес-моделі	ГО «Час для нас»	ГО «Михайлівське товариство»	Онлайн-платформа EdEra
1	2	3	4
1. Сегмент споживачів	Особи вразливих категорій, або інші, що потребують допомоги	Члени громади с. Деревня, для блага які працює ГО, замовники продукції соціальної швейні	Особи, які хочуть здобути неформальну освіти укр.мовою і безкоштовно
2. Запитана цінність та альтернативи	Цінності інклюзії, пізнання інших та комунікації. Альтернатив в даній громаді немає	Цінності праці та комунікації. Альтернатив в даній громаді немає	Цінності навчання за новими технологіями. Альтернатива – prometheus.org.ua
3. Канали комунікації	Безпосередній контакт, телефон, Facebook	Безпосередній контакт, телефон, Facebook, Instagram, месенжери	Сама онлайн-платформа, Telegram, Instagram, спеціалізовані організації для просування навчального продукту

з клієнтами / аудиторією	досягається в безпосередньому контакті під час реалізації проєктів	впливають безпосередні результати роботи організації, які бачать всі клієнти	різноманітних засобів завоювання довіри та лояльності клієнтів: фіксація результатів навчання та переглядів навчальних курсів, брендування, виступи ключових осіб компанії в медіа, авторитет партнерів
5. Кошти для діяльності та потоки доходів	Мінливий характер доходів: гранти та волонтерські кошти	Постійний дохід: прибуток соціальної швейні. Тимчасовий дохід: грантова підтримка	Постійний дохід: кошти грантів та спонсорів, краундфандинг. Періодичний: B2B-продукти, виготовлення комерційних продуктів під ключ.
6. Ключові ресурси для діяльності	Людський	Матеріальний та людський	1) Людський, 2) нематеріальний, 3) матеріальний

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4
7. Ключова діяльність та основні процеси	Навчання роботі з людьми з інвалідністю (створення та реалізація плану діяльності, навчання, перевірка отриманих компетенцій в практичній роботі)	Швейне виробництво (створення виробничого плану та номенклатури продукції, організація виробництва, збут, отримання та розподіл доходу)	Створення онлайн-курсу (планування та дослідження попиту, створення концепту, підбір матеріалів та створення відеопродукту, просування продукту до споживачів, технічний супровід)
8. Ключові партнери	Постійні – Ніжинський університет та Ніжинська міська рада. Цільові – в залежності від конкретного проєкту	Постійний – сільська рада с. Деревня, цільовий – грантодавець або організація, що співфінансує соціальну діяльність для громади	Постійні – Міністерство освіти і науки України, Міністерство цифрової трансформації, розробник забезпечення для LMS. Цільові – в залежності від конкретного проєкту
9. Структура витрат	Немає даних для аналізу у відкритому доступі		

Як бачимо з наведеної таблиці, у якій представлені всі стратегічні складові досліджуваних проєктів, соціальні потреби суспільства беруться

вирішувати організації різного масштабу. Ці організації або взагалі не використовують певну бізнес-модель, покладаючись тільки на ресурс волонтерства, або використовують модель фінансування послуг для вирішення соціальної потреби (в разі невеликого ареалу діяльності), або цілий комплекс бізнес-моделей – від волонтерства та краундфандингу, до створення комерційних проєктів для фінансування соціальної діяльності.

На тривалість життя соціального проєкту, як показує наш аналіз, впливає: 1) актуальність і поширеність соціальної потреби, 2) унікальність пропозиції соціального підприємства та відсутність альтернативних способів задоволення соціальної потреби, 3) зрозумілість та поширеність результатів соціального проєкту серед адресних груп та груп підтримки, 4) зрозумілі стейкхолдерам канали комунікації та їх відповідність очікуванням стейкхолдерів, 5) авторитет партнерів.

Фінансове забезпечення соціальних проєктів буде наявним, якщо описані вище фактори впливу працюють, і воно може надходити як від грантодавців чи спонсорів, чи у вигляді доходу від виробництва (надання послуг). Тобто: якщо є потреба і суб'єкти, готові її задовольнити, то ресурси акумулюватиме саме суспільство. Суб'єкти задоволення соціальної потреби повинні мати особливу налаштованість на виконання соціальної місії, адже, як показав наш аналіз, людський ресурс – є ключовим для виконання соціальної місії будь-якого проєкту.

3.3. Обґрунтування рекомендацій для органів публічної влади, місцевого самоврядування та громадськості щодо подальших шляхів розвитку молодіжних проєктів соціального підприємництва в умовах воєнної та повоєнної України

Глобальні проблеми, виокремлені на рівні ООН і занесені в список тих, які має вирішувати Концепція сталого розвитку – бідність, голод, нерівність у суспільстві, у тому числі й гендерна, проблеми працевлаштування. У їх вирішенні на національному та локальному рівнях важливу роль відіграють як діяльність держави, так і робота громадських організацій та активістів. Аби разом запобігти усім загрозам, обидві сторони обов'язково мають співпрацювати та постійно вести переговори.

Активність громадськості стереотипно пов'язують з молодістю, енергійністю, генерацією ідей. Фактично, молоді люди творять майбутнє: «вони створюють численну кількість нових проєктів, які допомагають людству та планеті в цілому. Зокрема й тисячі молодих українців та українок теж долучаються до вирішення глобальних проблем: вони засновують власні організації, втілюють проєкти та влаштовують заходи» [37].

Для того, щоб мати ресурс для розвитку і вирішувати на локальному рівні проблеми своїх спільнот, покращуючи їх соціальне життя та самопочуття, молодь мала опанувати різні інструменти соціального комунікування, серед яких важливе місце займає соціальне підприємництво.

В Україні ідея соціального підприємництва, особливо в його молодіжному контексті, почала усвідомлюватися не так давно, через міжнародні освітні проєкти – U-Report (UNICEF), Teenergizer!, One day at work, «Твоя країна», «EdEra» та інші. Завдяки цим проєктам молодь почала усвідомлювати на іншому рівні, аніж попередні покоління українців, глобальні проблеми світу, необхідність їх публічного обговорення та вирішення. Саме серед молоді ми наразі спостерігаємо активізацію громадської та волонтерської діяльності, реалізацію творчих ідей і особливу організаційну енергію перевлаштування і улаштування життя в умовах війни.

Як показав наш попередній аналіз численних молодіжних проєктів, які або вже працюють як соціальне підприємство, або мають елементи соціального підприємництва, ці проєкти започатковані не людьми з числа вразливих категорій, які об'єднують навколо себе людей з подібними проблемами і соціалізують їх через суспільно корисну працю. Такими зокрема були соціальні підприємства УТОС і УТОГ, діяльність яких стала можливою після прийняття закону «Про основи соціальної захищеності людей з інвалідністю» (1993). І не сталими бізнесменами, які, накопичивши капітал, почали задумуватися про благоустрій та підвищення соціального самопочуття людей, які працювали на їх бізнес, або проживали на дотичних до їхніх бізнесів територіях. Це не соціальне підприємництво, а соціально орієнтований бізнес, який вкладає кошти в розвиток соціуму та інфраструктури, маючи все ж на меті, захистити і примножити свої капітали, створивши для них позитивне публісیتی із доброзичливої суспільної думки.

Молодіжне соціальне підприємництво наших днів розвивається саме з 2014 року, коли ця ідея стає не просто теоретичним надбанням нового покоління, а підкріплюється наочними прикладами вирішення завдяки створенню бізнесу гострих соціальних проблем ВПО, соціальної дискримінації, безробіття тощо. Це відчуття особливої ролі соціального підприємництва в суспільстві посилилося в зв'язку з переживанням українцями подій повномасштабного російського вторгнення. Тепер вразливість властива вже більшості населення України і соціальний бізнес допомагає виживати не тільки особам, що його започатковують, але й багатьом людям навколо. Саме тому ідея соціального підприємництва має бути усебічно підтримана не тільки знизу – громадянським суспільством – а й на рівні державної влади всіх рівнів – законодавчої та виконавчої.

Законодавча підтримка соціального підприємництва має виражатися повноцінному правовому врегулюванні усіх проблемних сторін соціального підприємництва – від закріплення в законодавстві самого поняття «соціальне підприємство» і визначення його організаційно-правових форм до

закріплення взаємних зобов'язань держави та підприємців у цій сфері. Тобто, як було показано в п.2.1, в Україні не запроваджено дієвого механізму розвитку та фінансування неприбуткових організацій на державному рівні.

Оскільки соціальне підприємництво дає можливість реалізовувати суспільно корисні проекти незалежно від донорів або спонсорів, від мінливої кон'юнктури в соціальній політиці держави, мають бути створені певні умови для діалогу та партнерства між бізнесом і соціальним сектором держави. В цьому випадку на рівні законодавства та постанов виконавчої влади треба прописати можливість аутсорсингу соціальних послуг для підприємств, які закривають такі потреби в певній громаді замість держави. Але закривають часто за допомогою грантових коштів, які ще треба виграти, отримати й звітувати про їх використання. В результаті. Як зазначається у [51], підприємці витрачають 80% свого часу на збір коштів, замість того щоб витрачати цей час на безпосереднє управління своєю організацією.

Міністерству молоді та спорту України як ініціатору конкурсу найкращих практик молодіжної роботи в Україні, варто при відзначенні та популяризації молодіжної роботи зробити акцент на молодіжному соціальному підприємстві, сформулювавши і поширивши ідею про суспільну користь такого виду практик.

Ефективною в плані поширення соціального підприємництва як цінності є робота з самою громадою. Це безпосереднє поле роботи виконавчої влади, зважаючи на процеси децентралізації влади та створення об'єднаних територіальних громад. У зв'язку з цим, важливим є регулювання та розвиток соціального підприємництва не тільки на державному рівні, але й регіональному. На думку українського науковця у сфері державного управління Ю. Ульянченко, «регіональний рівень є не просто обмежена частина території, що характеризується особливими природно-кліматичними умовами, рівнем розвитку виробничого потенціалу, а це соціум, форма організації спільної життєдіяльності людей, що вступають в мережі соціальних відносин, соціальних спільнот, груп і організацій, соціальних

інститутів. Життя індивідів і соціальних спільнот протікає в певних економічних, культурних, соціальних, політико-правових умовах, які в сукупності утворюють соціальне середовище» [78, с. 105].

Для самих підприємців, вже діючих соціальних підприємців та молоді, яка планує стати на цей шлях, актуальним залишається питання навчання соціальному підприємництву.

На думку І. Трубавіної, можна виділити декілька категорій потенційних соціальних підприємців [55]:

1) люди, які мають соціальні проблеми і готові самі їх вирішувати, навчившись соціальному підприємництву, і допомагати іншим долати подібні до своїх проблеми. Це люди з обмеженими можливостями, клієнти соціальних служб, пенсіонери. Ці люди не знають, що таке соціальне підприємництво, але прагнуть самостійно розв'язувати свої проблеми, готові вчитися для цього;

2) підприємці, які хочуть додати до свого успішного бізнесу соціальну складову. Вони мають освіту, досвід, зв'язки, але не знають, що таке соціальне підприємництво;

3) недержавні організації, громадські організації, які мають досвід надання соціальних послуг, знають соціальні проблеми і шляхи їх розв'язання, але не мають коштів задовольнити всіх своїх клієнтів. Їм потрібна комерційна складова надання послуг. Ці люди мають різну освіту, у тому числі соціальну, психологічну, соціально-педагогічну, але зовсім не мають економічної освіти і досвіду;

4) студентів економічних і соціально-гуманітарних факультетів, які можуть навчатися соціальному підприємництву ще у ВНЗ на перетині соціальних та економічних наук.

Виходячи з категорій слухачів, І. Трубавіна пропонує декілька шляхів навчання соціальному підприємництву в Україні: через короткотермінові сертифіковані курси для працюючих підприємців з акцентом саме на соціальному підприємстві; через школи соціальних підприємців для тих,

хто хоче з нуля відкрити справу і сам вирішувати свої соціальні проблеми; через курси для працівників недержавних організацій для навчання їх соціальному підприємництву з акцентом на комерційній складовій; через курси для студентів економічних і соціально-гуманітарних факультетів для пропедевтики соціального підприємництва в фаховій підготовці майбутніх економістів і соціальних працівників. Реалізація цих напрямків вимагає певних зусиль – внесення змін в стандарти освіти, навчальні плани, програми; інтеграції зусиль для популяризації і підтримки ідеї, навчання викладачів, розробки нових навчальних планів курсів, шкіл, створення цих курсів і шкіл, їх фінансування тощо.

Ще одним вагомим кроком у поширенні соціального підприємництва має бути його PR. Необхідним є не тільки інформування населення щодо прикладів успішного соціального підприємництва, але і створення доступних джерел з питань юридичного оформлення, ведення та можливих перешкод в цьому напрямку бізнесу. Крім того, важливим є формування позитивного іміджу соціального підприємця, його визначної ролі у зв'язку між суспільними та комерційними інтересами, який необхідний для соціального благополуччя й ефективного вирішення соціальних цілей суспільства.

Таким чином, для проєктів молодіжного соціального підприємництва доцільно застосовувати загальні рекомендації щодо розвитку соціального підприємництва в цілому, оскільки вони впливають із тих загальних проблем, які відчуває цей вид бізнесу. Зокрема: нестача нормативно-правових актів, які б повноцінно регулювали сферу соціального підприємництва і не заважали його розвитку; низький рівень співпраці держави, комерційних структур та неприбуткових організацій в напрямку соціального підприємництва; ситуативна робота неприбуткових організацій щодо соціального розвитку громади; брак систематизованої інформації про соціальне підприємництво, а також низька поінформованість суспільства про цей феномен; нестача навичок ведення підприємницької діяльності неприбутковими організаціями.

Відтак, ще раз коротко формулюємо, що наші рекомендації пов'язані з необхідністю:

- прописати в законодавстві можливості аутсорсингу соціальних послуг для підприємств, які закривають такі потреби в певній громаді замість держави (та відповідного фінансового забезпечення таких послуг)
- на рівні державних органів (за допомогою Міністерства молоді й спорту) закріплювати молодіжні соціальні підприємства серед найкращих практик молодіжної роботи в Україні із занесенням у щорічний каталог;
- регулювання та розвитку соціального підприємництва не тільки на державному рівні, але й на регіональному. Доцільно через регіональні медіа поширювати не тільки приклади успішного соціального підприємництва, його визначної ролі у зв'язку між суспільними та комерційними інтересами, але й інформацію про доступну допомогу соціальним підприємцям щодо питань юридичного оформлення, ведення та можливих перешкод в цьому напрямку бізнесу;
- навчання соціальному підприємству: на сертифікаційних курсах, в школах соціальних підприємців, на економічних і соціально-гуманітарних факультетах закладів вищої освіти тощо.

Висновок за Розділом 3

Аналіз типових проєктів молодіжних соціальних ініціатив було виконано за допомогою методу описового кейс-стаді, який включав 7 критеріїв аналізу: історія створення, опис роботи, структуру організації, її партнерські відносини, джерела і напрями фінансування, методи та перспективи роботи. В результаті визначено основні моделі, за якими ці проєкти можуть надалі розвиватися як соціальне підприємство та особливості їх функціонування. Показано, що організації, які спираються в своїй роботі лише на волонтерський ресурс та грантову допомогу, ризикують своїм соціальним проєктом, оскільки ці шляхи фінансування та розвитку є вичерпними. У нашому випадку – це перша з аналізованих організацій. Ті ж організації, які в основу своєї діяльності, покладають певну бізнес-модель або комплекс бізнес-моделей (друга та третя організації), мають більш стабільні основи для розвитку та тривалого виконання своїх соціальних цілей.

За допомогою методу на підставі бізнес-моделі Канвас (її адаптованої версії для соціальних підприємств «Social Enterprise Canvas»), визначено чинники, які впливають на тривалість життя соціального проєкту. Зокрема це: 1) актуальність і поширеність соціальної потреби, 2) унікальність пропозиції соціального підприємства та відсутність альтернативних способів задоволення соціальної потреби, 3) зрозумілість та поширеність результатів соціального проєкту серед адресних груп та груп підтримки, 4) зрозумілі стейкхолдерам канали комунікації та їх відповідність очікуванням стейкхолдерів, 5) авторитет партнерів. І Всі ці чинники залежать від людського ресурсу, який є ключовим для виконання соціальної місії будь-якого проєкту. Фінансовий (матеріальний) ресурс буде акумулюватися самим суспільством при наявності всієї сукупності цих чинників – і воно може

надходити як від грантодавців чи спонсорів, чи у вигляді доходу соціального підприємства.

Обґрунтування рекомендацій для влади та громадянського суспільства щодо розвитку проєктів молодіжного соціального підприємництва базувалося на проблемах цієї сфери, виявлених під час попереднього аналізу – законодавчого, організаційного, фінансового та інформаційного характеру. У результаті доведено необхідність: закріплення в законодавстві можливості аутсорсингу соціальних послуг, які могли би надавати соціальні підприємства. в тому числі молодіжні; відзначення молодіжних соціальних підприємств в Каталогах найкращих практик молодіжної роботи в Україні; поширення через регіональні медіа як прикладів успішного молодіжного соціального підприємництва, його визначної ролі у зв'язку між суспільними та комерційними інтересами, так і інформації про доступну допомогу соціальним підприємцям щодо питань юридичного оформлення, ведення та можливих перешкод в цьому напрямку бізнесу; навчання соціальному підприємництву у всіх типах і формах навчальних інституцій.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження були узагальнені теоретичні засади, методичні підходи та практичні результати дослідження соціального підприємництва в молодіжних проєктах, проаналізовано застосовуваний соціально-підприємницький інструментарій, що дозволило дійти таких висновків:

1. Визначено, що місце соціального підприємництва в концепціях публічного управління розглядається в контексті соціальної функції держави і пов'язано з правозабезпеченням (обґрунтуванням та легітимацією угод державно-правового партнерства між державою та третім сектором), розробкою та застосуванням в соціально-підприємницькій діяльності загальних принципів організації та управління бізнесом; каталізацією соціально-політичних процесів, що пов'язані із задоволенням соціальних, культурних та просвітницьких потреб своїх громадян виведенням забезпечення цих потреб на новий рівень з одночасною зміною суспільних норм та уявлень.

2. Розглянуто базові моделі розвитку соціальних підприємств з метою зорієнтуватися у можливих напрямках їх діяльності в рамках задач державної чи регіональної соціальної політики та запропонувати варіанти молодіжних проєктів соціального підприємництва. Визначено, що молодіжні стратапи більшою мірою, ніж будь-які інші соціальні проєкти, можуть користуватися розробленим в усьому світі та апробованим інструментарієм, оскільки в нашій країні достатньо інформаційних та навчальних платформ, завдяки яким можна будувати цивілізований і прозорий бізнес, реалізуючи свої амбіції, креативність та змінюючи соціальну норму щодо інклюзивного суспільства.

3. Узагальнено правовий контекст та стимули підтримки соціальних підприємців у країнах Європи і визначено, що інститут соціального підприємництва найбільш законодавчо та організаційно розвинутий в країнах

зі сталими практиками громадянської участі. На разі соціальне підприємництво в них сприймається як дієвий і виграшний інструмент для усіх зацікавлених сторін – підприємців, благоотримувачів, місцевої громади та країни в цілому.

4. В результаті аналізу ресурсного, законодавчого та інвестиційного потенціалу соціального підприємництва в Україні констатовано високий потенціал соціально-підприємницьких ініціатив на рівні місцевих громад та окремих підприємців середнього та малого бізнесу, відсутність закону про соціально-підприємницькі відносини, а відтак і визначених організаційно-правових форм для соціальних підприємств, інвестиційно-інформаційну підтримку соціального підприємництва іноземними інвесторами, коучами, а під час війни і самими українцями, які також стають інвесторами чи спонсорами важливих соціальних бізнес-проектів.

5. Показано, що соціальне підприємництво вже понад десять років виступає важливим інструментом стабілізації ринку праці молоді, оскільки в Україні наявні можливості фінансування, навчання та організації молодіжних підприємницьких ініціатив, які реалізуються за допомогою громадянського сектора та іноземних компаній. У свою чергу, ініціативна молодь, отримуючи підтримку, реалізовує свої бізнесові чи дослідницькі амбіції, та винаходить можливості вирішення соціальних проблем, впроваджуючи філософію нових підприємницьких цінностей.

6. Визначено, що державна підтримка молодіжного соціального підприємництва здійснюється в контексті загальної підтримки всіх підприємців, велика частина яких в умовах війни або зазнали суттєвих збитків, або взагалі втратили бізнес. На разі найбільш крупним урядовим проектом підтримки є «Є робота», а його соціально-підприємницький контекст полягає в допомозі особам, які демобілізувалися з військової служби, інтегруватися в мирне життя.

7. З використанням методу описового кейс-стаді проаналізовано три типових молодіжних соціальних проекта, визначено основні моделі, за якими

ці проєкти можуть надалі розвиватися як соціальне підприємство та показано, що організації, які спираються в своїй роботі лише на волонтерський ресурс та грантову допомогу, ризикують своїм соціальним проєктом, оскільки ці шляхи фінансування та розвитку є вичерпними. Ті ж організації, які в основу своєї діяльності, покладають певну бізнес-модель або комплекс бізнес-моделей мають більш стабільні основи для розвитку та тривалого виконання своїх соціальних цілей.

8. Застосування до цих же проєктів бізнес-моделі «Social Enterprise Canvas» дозволило визначити чинники, які впливають на тривалість життя соціального проєкту і виявити, що всі ці чинники залежать від людського ресурсу, який є ключовим для виконання соціальної місії будь-якого проєкту. Фінансовий (матеріальний) ресурс буде акумулюватися самим суспільством при наявності всієї сукупності цих чинників – і воно може надходити як від грантодавців чи спонсорів, чи у вигляді доходу соціального підприємства.

9. Обґрунтовано рекомендації для влади та громадянського суспільства щодо розвитку проєктів молодіжного соціального підприємництва, які пов'язані з необхідністю: закріплення в законодавстві можливості аутсорсингу соціальних послуг, які могли би надавати соціальні підприємства, в тому числі молодіжні; відзначення молодіжних соціальних підприємств в Каталогах найкращих практик молодіжної роботи в Україні; поширення через регіональні медіа як прикладів успішного молодіжного соціального підприємництва, його визначної ролі у зв'язку між суспільними та комерційними інтересами, так і інформації про доступну допомогу соціальним підприємцям щодо питань юридичного оформлення, ведення та можливих перешкод в цьому напрямку бізнесу; навчання соціальному підприємництву у всіх типах і формах навчальних інституцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арістова І.В. Соціальна функція держави як визначальна категорія права соціального забезпечення України. *Форум права*. 2006. № 2. С. 18-21.
2. Ачкасова О.В. Роль соціального підприємництва у вирішенні проблеми молодіжного безробіття. *Регіональна економіка та управління*. 2021. № 1(31). С. 5-8.
3. Белова М.В. Гусейнова С.З. Соціальне підприємництво як реалізація соціальної функції держави. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*, 2022, Травень. С. 158-162. URL: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2022/12/30.pdf> (дата звернення 23.09.2023)
4. Борнштейн Д. Як змінити світ: Соціальне підприємництво та сила нових ідей. (пер. з англ.). Київ: Форум. 320 с.
5. Будинки працевитості і робочі будинки: причини виникнення, цілі та види діяльності, форми роботи / Учбові матеріали та реферати. URL: <http://um.co.ua/8/8-10/8-103755.html/> (дата звернення 12.11.2023)
6. «Будуй своє» – це програма підтримки підприємництва створена Ощадбанком. URL: <https://buduysvoe.com/content/pro-nas> (дата звернення 13.09.2023)
7. В Україні поновлено програму «Рука допомоги» – кредити непрацюючим громадянам з малозабезпечених сімей на початок чи розвиток власної справи. *Урядовий портал*. 22.02.2023. URL: <https://www.gurt.org.ua/news/v-ukraini-ponovleno-prohramu-ruka-dopomohy-kredyty-nepratsiuiuchym-hromadianam-z-malozabezpechenykh-simei-na-pochatok-chy-rozvytok-vlasnoi-spravy> (дата звернення 3.11.2023)
8. Вашкович В.В. Соціальна функція держави як одна із функцій правової держави. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/16840/1/3.pdf>.

9. Венцель В.Т. Соціальна функція держави в умовах глобалізації та трансформації економіки. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2018. №5. Том 29 (68). С. 7-12.
10. 18:35. Бізнес підтримка для молодіжних підприємств. *School of ME*. URL: <https://schoolofme.me/18-35-2> (дата звернення 12.11.2023)
11. Волонтерська група «Час для нас». Сайт Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя. URL: <http://www.ndu.edu.ua/index.php/ua/component/k2/item/2043-volonterska-hrupa-chas-dlia-nas> (дата звернення 23.11.2023)
12. 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, ст.182-185.
13. Горбатюк С.Є. Соціальна функція держави в контексті забезпечення соціогуманітарної безпеки. *Вісник НАДУ при Президентові України. Серія «Державне управління»*. 2017. № 1. С. 84-90.
14. Гордієнко Т. Співзасновник EdEra Ілля Філіпов: Технологія віртуальної реальності увійде в онлайн-освіту. *Детектор медіа*. 2018.09.10. URL: <https://detector.media/production/article/141612/2018-10-09-spivzasnovnyk-edera-illya-filipov-tekhnologiya-virtualnoi-realnosti-uviyde-v-onlayn-osvitu/> (дата звернення 11.11.2023)
15. Горішна Н.М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії. *Науковий Вісник Ужгородського університету. Серія: «педагогіка. соціальна робота»*. 2016. Випуск 2 (39). URL: file:///users/macbook/desktop/nvuuped_2016_2_16.pdf
16. Громов О. Є робота з «Роботою». *Урядовий кур'єр*. 2023. 08.06. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/ye-robota-z-yerobotoyu/> (дата звернення 3.10.2023).

17. ГУРТ. Відкрито набір на треннгову програму «розпочни свій бізнес» у листопаді. 2023. URL: <https://gurt.org.ua/news/recent/91922/> (дата звернення 12.09.2023)

18. Давидюк Л.П., Шкварко А.О. Молодіжне підприємництво як прогресивна сила розвитку країни. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 37. С. 37–42.

19. Деєва Н.М. Потенціал соціалізації і його регулювання в економіці: теорія, методологія, перспективи: монографія. Дніпропетровськ: АРТ-ПРЕСС, 2006. 442 с.

20. Ігнатович, Н, Гура В. (2014). Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія: Економіка, № 165, С. 22-25. URL: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/165_22-25.pdf (дата звернення 12.09.2023).

21. Каменко І. С. Соціальне підприємництво в Україні економіко-правовий аналіз. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian_0.pdf (Дата звернення 11.02.2021).

22. Каталог кращих практик молодіжної роботи-2021. Підготовлено в рамках Програми «Молодіжний працівник», що реалізується Міністерством молоді та спорту України, Державним інститутом сімейної та молодіжної політики за сприяння Програми розвитку ООН в Україні. URL: [undp_best_practices_of_the_youth_work-2021%20\(1\).pdf](#) (дата звернення 01.11.2023)

23. Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. (2017). [довідник]. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія. https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/kataloh-sotsial-nykh-pidpryemstv-ukrainy-2016-2017-rr/

24. Кейс-стаді «Соціальне підприємництво та інклюзія». Досвід українських міст. / Федерація канадських муніципалітетів / Проект

міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2020.
URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Case_Study_PLEDDG_SocP.pdf

25. Кікал Д., Лайонс Т. Соціальне підприємництво: місія зробити світ краще. Understanding Entrepreneurship: The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World. URL: https://www.rulit.me/books/socialnoe-predprinimatelstvo-missiya-sdelat-mir-luchshe-read-412150-6.html#section_13
(Дата звернення 25.10.2023)

26. Кіреєва О. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2011. Вип. 2 (6). URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf) (Дата звернення 11.09.2023)

27. Компенсація витрат роботодавцю на оплату праці за працевлаштування ВПО <https://www.dcz.gov.ua/storinka/kompensaciya-robotodavcyam-za-vpo>

28. КОМПЛЕКСНА ПРОГРАМА розвитку малого і середнього підприємництва в Запорізькій області на 2021-2023 роки. Запоріжжя, 2021. <https://www.zoda.gov.ua/article/2174/kompleksna-programi-rozvitku-malogo-ta-serednogo-pidprijemnitstva-v-zaporizkiy-oblasti-na-2021-2023-roki.html> (Дата звернення 21.10.2023)

29. Корнецький А. О, Нагаївська Д. Ю. Соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу: ви-значення, критерії та регулювання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 204- 208. URL: <http://www.bses.in.ua/journals/2016/11-2016/46.pdf>

30. Косович, В., Косович, Б., & Рим, О. (2021). Інвестування соціального підприємництва в Україні: актуальні питання правового забезпечення. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2(37), 467–475. <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v2i37.230648>

31. Купрійчук В.М., Венцель В.Т. Соціальна функція держави та особливості її реалізації в умовах сучасних глобалізаційних викликів. *Ефективність державного управління*. 2019. Вип. 3(60). №1. С. 103-115.

32. Курінна І. Гранти для бізнесу. Хто і як зможе отримати до 250 тисяч гривень від Е-робота на стартап. *Свої.City*. URL: <https://svoi.city/articles/220334/e-robota-granti-dlya-biznesu> (дата звернення 02.11.2023)

33. Липчук В., Липчук Н. Соціальна кооперація: суть, значення, досвід. *Економіка України*, 2013, № 6, С. 89–96.

34. Мікрогрант «Власна справа». Гранти від держави на відкриття чи розвиток бізнесу. *ЗПО ЦПКСЗ*. URL: <https://cdc.dcz.gov.ua/mikrogranti-2023/> (дата звернення 11.09.2023)

35. Міхайліна Т.В., Мозгова Н.А. Соціальна функція держави та соціальне підприємництво: аспекти співвідношення. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*, 2022. С. 48-52. URL: <http://visnyk-pravo.uzhnu.edu.ua/article/view/257362/254239> (дата звернення 13.10.2023)

36. Міщук Г.Ю., Пилипчук Р.Р. Соціальне підприємництво: критерії ідентифікації та проблеми розвитку. *Демографія та соціальна економіка*, 2017, № 2 (30), С.152-165. URL <https://dse.org.ua/archive/30/11.pdf> (дата звернення 13.10.2023).

37. Молодіжні проекти та соціальне підприємництво. *U-Report Ukraine*. <https://ukraine.ureport.in/story/589/> (дата звернення 19.10.2023).

38. Молодь України – 2017: результати репрезентативного соціологічного дослідження / Міністерство молоді та спорту України. Тернопіль: ТОВ «Терно-граф», 2017. 72 с.

39. Молодь України – 2018: результати репрезентативного соціологічного дослідження / Міністерство молоді та спорту України. Київ: ДП «Редакція інформаційного бюлетеня «Офіційний вісник Президента України», 2018. 72 с.

40. Молодь України – 2021: результати репрезентативного соціологічного дослідження / Міністерство молоді та спорту України. Київ: ДП «Редакція інформаційного бюлетеня «Офіційний вісник Президента України», 2022. – 72 с.

41. Мосузенко О. Ганна Б'янка: Ми маємо позбавитися стереотипів, які нам нав'язали в радянські часи. 50vidsotkiv.org.ua 20.02.2023. URL: <https://50vidsotkiv.org.ua/ganna-b-yanka-my-mayemo-pozbavytysya-stereotypiv-yaki-nam-nav-yazaly-v-radyanski-chasy/> (дата звернення 23.11.2023)

42. Никифорак В. А Соціальне підприємництво: сутність та особливості розвитку. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 321-324.

43. Новіков Є.А., Свідунова Л.В. Правовий статус бізнес-інкубаторів як форма підтримки інноваційних проєктів: досвід Польщі. Всеукраїнська науково-практична конференція «Інноваційна система та інформаційні технології в сучасній науці». URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2018/03/Novikov_Svidunova.pdf (дата звернення 11.11.2023)

44. Про затвердження Плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року

45. Проект Закону про соціальні підприємства No 2710 від 23.04.2015 URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54903 (дата звернення 17.05.2023)

46. Розгон О.В. Регіональні аспекти розвитку студентського бізнес-інкубатора, створеного на базі дослідницького університету. *Регіональні інноваційні ініціативи: завдання та шляхи вирішення: зб. наук.пр. за матеріалами II круглого столу*. 2020. С. 122-129.

47. Розпочни свій бізнес. Навчальний посібник для потенційних підприємців і підприємців початківців. / Міжнародна організація праці, 2015.

48. Рука допомоги простягнута для всіх. Міністерство соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/20285.html> (дата звернення 3.10.2023). kmu.gov.ua

49. Скакун О.Ф. Теорія держави і права: Підручник. Харків: Консум, 2001. С. 133.
50. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництва: посібник. Київ: PROMIS, FKM, Міністерство міжнародних справ Канади. URL http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship-Guide-WEB-1.pdf (дата звернення 12.09.2023).
51. Соціальне підприємництво: годі бажати, як краще. URL: <http://www.ucipr.kiev.ua/publications/2107/lang/>. (дата звернення 3.10.2023)
52. Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. редакцією к.е.н. А. О. Корнецького — К. : Фамільна друкарня Huss, 2019. — 160 с.
53. Становище молоді України — 2021. https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka_stanovishche-molodi-2021.pdf
54. “Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного”. Олександр Остервальдер, Ів Пінье. “Наш Формат”. 2017р. 288 с
55. Трубавіна І.М. Навчання соціальному підприємництву: проблеми і перспективи в Україні. Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу: Матеріали Третьої міжнародної науково-практичної конференції 25 листопада 2011 року. Харків: С. А. М., 2011. С. 56-59.
56. Український соціальний венчурний фонд. Офіційний сайт. URL: <https://www.usv.fund/about> (дата звернення 18.09.2023)
57. Федоров М. ІТ під час війни: виклики, досягнення, перспективи. Інтерфакс-Україна. 30.12.2022. URL: <https://interfax.com.ua/news/-blog/881572.html> (дата звернення 12.11.2023)
58. Цінності української молоді – 2016: результати репрезентативного соціологічного дослідження/ Міністерство молоді та спорту України. Переяслав-Хмельницький: СКД, 2016. – 88 с.

59. Чубук М.О. (2017). Соціальне підприємництво як вирішення соціальних проблем. Матеріали конференції «Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти» 28.04. 2017 <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/16350/45/549.pdf>

60. Шапошніков К.С., Покатаєва О.В., Дука А.П. Державне регулювання розвитку соціального підприємництва в національній економіці: актуальні проблеми сьогодення. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. № 3. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-3-03-09>

61. Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22-27.

62. Baglioni M., Bardi A., Dimitropoulos H., Atzori C., & Manghi P. (2023). OpenAIRE Graph dataset: new collected projects (5.0.4) [Data set]. Zenodo. Retrieved from <https://doi.org/10.5281/zenodo.10053009>

63. Bornstein D., Davis S. *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know?* Oxford University Press. Kindle Edition, 2010.

64. Brabham D. C. Crowdsourcing as a model for problem solving: An introduction and cases. *Convergence*. 2008. Vol. 14. Issue 1. P. 75-90

65. Braunerhjelm, Pontus & Stuart Hamilton, Ulrika, 2012. "[Social entrepreneurship – a survey of current research](#)," [Working Papers](#), 2012:9, Swedish Entrepreneurship Forum.

66. Cukier W., Trenholm S., Carl D. & Gekas, G. Social Entrepreneurship: A Content Analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 2011, 7(1), 108.

67. Dees J.G. The meaning of “social entrepreneurship”, 2001, available at: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf

68. Defourny, J. & Nyssens, M. (2010), *Social Enterprise, The Human Economy: A Citizen’s Guide*, Polity Press, Cambridge, pp. 284-292, available at: https://www.researchgate.net/publication/310843105_Social_Enterprise

69. Kickul, J., Terjesen, S., Bacq, S., & Griffiths, M. (2012). Social business education: An interview with Nobel laureate Muhammad Yunus. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 453-462.

70. Mair J., Marti I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. Vol. 41 (1). P. 36–44. URL: https://www.researchgate.net/publication/222436408_Social_Entrepreneurship_Research_A_Source_of_Explanation_Prediction_and_Delight

71. Martin Roger L.; Osberg, Sally. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review* / spring, 2006. 41, 36–44.

72. Nicholls A. Playing the field: A new approach to the meaning of social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 2006, 2(1), 1–5.

73. Peredo A.M., McLean M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*. № 41(1). P. 56-65. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1197663

74. Pilipenko V.V., Pilipenko N.M. Globalization: for and against in the context of the modern technological revolution. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 16. С.238-241. URL: <http://globalnational.in.ua/issue-16-2017/24-vipusk-16-kviten-2017-r/2913-pilipenko-v-v-pilipenko-n-m-globalization-for-andagainst-in-the-context-of-the-modern-technological-revolution> Дата звернення (15.02.2021)

75. Social Enterprise in Europe. Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth. (2015). Retrieved from https://www.icnl.org/wp-content/uploads/legal_mapping_publication_051015_web.pdf

76. Western NIS Enterprise Fund (WNISEF). (n. d.). Retrieved from <http://wnisef.org/impact-investing>.

77. Wortham Jenna. A Facebook Founder Begins a Social Network Focused on Charities. *The New York Times*. 2010, November 30. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2010/11/30/technology/30jumo.html>

78. Ульянченко Ю.О. Розбудова соціальної сфери регіону на кластерних засадах. Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-

відповідального бізнесу: Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції 25 листопада 2010 року. Харків: Вид-во ХарPI НАДУ "Магістр", 2010. С. 105-107.

79. Chechel Anna, Verytelnyk Svetlana, Reshetova Hanna Social entrepreneurship as an economic tool for promoting social values in public administration / an international scientific conference "The problems of development of the world and national economy, taking into account the pandemic and russian-ukrainian war" Dedicated to the 100th Birth Anniversary of Professor Giorgi Papava 7-8 October 2023 https://conferenceconomics.tsu.ge/uploads/images/konfkrb2023_651e5ecac15fe.pdf