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

До захисту допустити:
Завідувач кафедри

Анна ЧЕЧЕЛЬ
«30» травня 2024 р.

«ОЦІНКА ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ»

Кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
«Публічне управління та адміністрування»
Гайтана Антона Євгеновича
Науковий керівник:
Чечель Анна Олександрівна, д.е.н., професор кафедри публічного управління та адміністрування
Рецензент:
Чернишов Олександр Юрійович, к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнес-технологій Національного авіаційного університету

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою_____
Секретар ЕК _____
«___» _____ 20__ р.

Київ – 2024

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

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 281
Освітньо-професійна програма Публічне управління та адміністрування

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

Чечель А.О.
(ПІП завідувача кафедри)
«30» травня 2024 р.

ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

_____ Гайтан Антон Євгенович _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: **«Оцінка впливу соціального підприємництва на розвиток територіальної громади»**

керівник роботи ___Чечель Анна Олександрівна, доктор економічних наук, професор кафедри публічного управління та адміністрування_____
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом вищого навчального закладу від «__»_____ 20__ року №___

2. Строк подання здобувачем вищої освіти роботи 13.05.2024
3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)
Мета роботи – обґрунтування теоретичних засад та розробка рекомендацій щодо формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді на основі оцінки впливу соціального підприємництва на розвиток громади.
Об'єкт дослідження – процеси розвитку соціального підприємництва у громаді.
Предмет дослідження – напрямки формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді на основі оцінки впливу соціального підприємництва на розвиток громади.
4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретичні аспекти соціального підприємництва.
Розділ 2. Аналіз розвитку соціального підприємництва та оцінка його впливу на громаду.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Чечель А.О.	15.03.2024	05.04.2024
Розділ 1	Чечель А.О.	15.03.2024	15.04.2024
Розділ 2	Чечель А.О.	15.03.2024	01.05.2024
Висновки	Чечель А.О.	15.03.2024	10.05.2024

6. Дата видачі завдання 15.03 2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Написання Вступу	05.04.2024	
3.	Написання 1 розділу	15.04.2024	
4.	Написання 2 розділу	01.05.2024	
5.	Написання Висновків та оформлення списку літератури	10.05.2024	
6.	Оформлення кваліфікаційної роботи	13.05.2024	

Здобувач Гайтан А.Є.

(підпис) (прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи Чечель А.О.

(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП……5

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА…..9

1.1. Огляд понятійного апарату соціального підприємництва в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних авторів…….9

1.2. Бізнес-моделі соціальних підприємств: сутність та особливості……..16

1.3. Роль соціального підприємництва у розвитку територіальної громади…24

Висновки до розділу 1……...28

2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ОЦІНКА ЙОГО ВПЛИВУ НА ГРОМАДУ……30

2.1. Стан розвитку соціального підприємництва в Івано-Франківській територіальній громаді……..30

2.2. Вплив соціального підприємництва на соціально-економічний та екологічний розвиток громади…….45

2.3. Інструменти оцінки впливу соціального підприємництва на розвиток територіальної громади…….51

2.4. Формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді.58

Висновки до розділу 2……...66

ВИСНОВКИ……..68

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……71

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Соціальне підприємництво зарекомендувало себе як важливий чинник у сприянні соціально-економічному розвитку територіальних громад у сучасному світі. Актуальність дослідження цієї теми пояснюється тим, що сучасне суспільство стикається зі складними викликами, такими як соціальна вразливість, економічна нестабільність та нерівність у розподілі ресурсів. У цьому контексті соціальне підприємництво виступає як інструмент, що поєднує в собі цілі соціального благополуччя з ефективним підприємництвом. Воно спрямоване на вирішення конкретних соціальних проблем, таких як безробіття, бідність, доступ до освіти та медичних послуг, підвищення якості життя населення тощо.

Дослідження впливу соціального підприємництва на розвиток територіальної громади є важливим та актуальним з двох основних причин. По-перше, воно дозволяє виявити конкретні механізми, за допомогою яких соціальні підприємства сприяють сталому розвитку громад. По-друге, воно надає можливість розробити ефективну стратегію підтримки та розвитку соціального підприємництва на рівні територіальних громад.

Отже, дослідження впливу соціального підприємництва на розвиток територіальної громади має важливе значення як для теоретичного розуміння, так і для практичного застосування цього концепту в сучасному суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом тривалого періоду соціальне підприємництво привертало значну увагу науковців із Західної Європи та США. Численні дослідження, проведені Г. Діз [40], А. Передо, М. Макліном та іншими вченими, підкреслюють важливість соціального підприємництва як інструменту для досягнення соціальних, економічних та екологічних цілей у різних контекстах. Зокрема, вони акцентують на ролі

соціального підприємництва у стимулюванні економічного зростання та покращенні якості життя на місцевому рівні.

Серед українських дослідників, що присвячують увагу аналізу соціального підприємництва, необхідно відзначити: О. Ачкасову [1], І. Білу [3], Т. Лункіну [17], А. Мокій [19], К. Смаглій [28], О. Юрченко [38] та ін. Вони здійснюють систематичні дослідження у цій галузі, аналізуючи не лише соціально-економічні аспекти, але й вплив соціального підприємництва на розвиток громади та суспільства в цілому.

Науковці О. Чуйко, В. Шкуро [34], відзначають необхідність створення сприятливої екосистеми для розвитку соціального підприємництва, включаючи доступ до фінансування, навчання та підтримку від уряду та інших зацікавлених сторін. Дослідження в цій області, проведені І. Гаранчевською [6], С. Осиповою [21], О. Фітель [33] та іншими, можуть сприяти розумінню механізмів, які стимулюють або гальмують розвиток соціального підприємництва, та сприяти розробці ефективних стратегій для підвищення його впливу на розвиток громад.

Однак, незважаючи на велику кількість досліджень у сфері соціального підприємництва, існує потреба в подальшому дослідженні ефективних стратегій розвитку соціального підприємництва та його впливу на довгостроковий розвиток громад.

Об’єкт дослідження – процеси розвитку соціального підприємництва у громаді.

Предмет дослідження – напрямки формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді на основі оцінки впливу соціального підприємництва на розвиток громади.

Мета роботи – обґрунтування теоретичних засад та розробка рекомендацій щодо формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді на основі оцінки впливу соціального підприємництва на розвиток громади.

В ході дослідження розглянуто наступні **завдання:**

- проведено огляд понятійного апарату соціального підприємництва в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних авторів;
- розглянуто сутність основних бізнес-моделей соціальних підприємств та визначено їх особливості;
- розглянуто роль соціального підприємництва у розвитку територіальної громади;
- проаналізовано стан розвитку соціального підприємництва в Івано-Франківській територіальній громаді;
- визначено вплив соціального підприємництва на соціально-економічний та екологічний розвиток громади;
- розглянуто основні інструменти оцінки впливу соціального підприємництва на розвиток територіальної громади;
- запропоновано напрямки формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді.

Методи наукового дослідження. Концептуальні засади дослідження формуються на основі важливих фундаментальних принципів управління, а також враховують результати досліджень як українських, так і зарубіжних вчених-практиків, що стосуються актуальних проблем розвитку соціального підприємництва.

В роботі використано різноманітні методи дослідження, основні з них: аналіз та синтез для огляду понятійного контексту соціального підприємництва в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних авторів; індукцію та дедукцію для визначення ролі соціального підприємництва у розвитку територіальної громади; порівняння для визначення основних інструментів оцінки впливу соціального підприємництва на розвиток територіальної громади, а також системно-структурний аналіз для дослідження стану розвитку соціального підприємництва в конкретній територіальній громаді. Додатково були використані методи схематичного та графічного зображення аналітичних даних для наочного представлення теоретичних та практичних

положень дослідження, а також метод логічного узагальнення результатів для формулювання рекомендацій та висновків.

Базою дослідження є конституційні норми та законодавство України, постанови і розпорядження Уряду, а також відповідні нормативно-правові акти, що формують законодавчу базу у сфері соціального підприємництва. Паралельно, дослідження опирається на широкий спектр наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців, онлайн-ресурси та власні результати досліджень.

Практичне значення одержаних результатів. Завдяки отриманим результатам та сформульованим рекомендаціям формується організаційно-методологічна основа для активізації розвитку соціального підприємництва в громаді. Серед основних результатів, що мають практичну значущість, слід виокремити рекомендації щодо визначення напрямків формування стратегії розвитку соціального підприємництва в місцевій громаді.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження оприлюднено й схвалено на XXI Міжнародній науковій конференції «*Ольвійський форум-2024: стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі*» (Миколаїв, 2024р.).

Обсяг та структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, викладених на 70 сторінках друкованого тексту. Матеріали кваліфікаційної роботи містять 4 таблиці та 9 рисунків. Список використаних джерел із 41 найменувань.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Огляд понятійного апарату соціального підприємництва в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних авторів

Розгляд понятійного апарату соціального підприємництва в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних авторів є надзвичайно важливим завданням у зв'язку зі значним інтересом, що формується до цього явища в сучасному світі. При цьому, різноманітність підходів та тлумачень даного поняття вимагає комплексного аналізу та узагальнення.

З урахуванням наявного досвіду у формулюванні концепції «соціальне підприємництво», наш огляд буде систематизований наступним чином: аналіз визначень відомих зарубіжних та вітчизняних дослідників, аналіз характеристик та функцій цього феномену, а також вивчення можливих підходів до його розвитку як ключової соціально-економічної практики.

Аналізуючи вітчизняні та зарубіжні джерела, слід відзначити, що дослідження сутності соціального підприємництва починається зі зведення та порівняльного аналізу визначень понять «підприємництво» та «підприємець». Це допомагає краще зрозуміти специфіку соціального підприємництва, відділяючи його від класичного підприємництва [5].

Такі дослідники як Бергер, Морт, Варавардена, Карнегі та інші, починають свій аналіз саме з порівняння визначень «підприємництва» та «підприємця». Це допомагає врахувати ідеї вчених та мислителів попередніх періодів щодо природи підприємництва як явища, таких як Шумпетер, Кантільон, Друкер. У вітчизняних дослідженнях значний акцент робиться на розгляді концепцій Дж. Емерсона та його «комбінованої цінності», яка визначає соціальне підприємництво як систематичну діяльність, спрямовану

на вирішення соціальних проблем шляхом поєднання економічних та соціальних аспектів.

Поняття «соціальне підприємництво» є об'єктом активних дебатів серед дослідників, оскільки воно не має чіткого універсального визначення. Визначити цю різнобічну сферу громадської діяльності та інтерпретувати весь спектр його значень може бути досить складно. Тим не менш, одне з найбільш відомих визначень «соціального підприємництва», що є одним з найбільш широких у своєму формулюванні, належить Г. Дізу [38], якого іноді називають «піонером» у галузі соціального підприємництва (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Тлумачення поглядів на формулювання терміну
«соціальне підприємництво»

№ з/п	Автор	Визначення поняття
1	Діз Г.	*«... це взяття на себе місії створення та підтримки соціальної цінності (а не лише цінності для індивідуума);* *... це безперервний пошук та використання нових можливостей для служіння обраній місії;* *... це участь у процесі творення інновацій, адаптації та навчання;* *... це рішучість дій, активність і масштаби яких не повинні обмежуватися наявними ресурсами;* *... це висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством»*
2	Борнштейн Д., Девіс С.	*«... це процес, за допомогою якого громадяни створюють або трансформують установи для вирішення таких соціальних проблем, як бідність, неграмотність, деградація довкілля, порушення прав людини, корупція, з метою покращення життя багатьох людей»*
3	Мейр Дж., Марті І.	*«... це процес, який включає в себе комбінацію ресурсів для створення можливостей прискорення соціальних змін та/або задоволення соціальних потреб.»* *«... це інноваційна модель надання продуктів та послуг, спрямованих на задоволення базових потреб (прав), що залишилися поза увагою політичних та економічних інституцій»*
4	Остін Дж., Стефенсон Г., Вей-Скіллерн Дж.	*«... це інноваційна діяльність, орієнтована на створення соціальної вартості, яку можуть провадити неприбуткові, прибуткові організації та урядові установи»*
5	Джонсон	*«... з'явилося в результаті інноваційного підходу до вирішення складних соціальних проблем. Соціальне підприємництво, основним завданням якого є вирішення соціальних проблем через інновації, стирає традиційні межі між державним, приватним та неприбутковим секторами і використовує підходи, що поєднують комерційні та неприбуткові бізнес-моделі»*
6	Ніколс А.	*«... працює над інноваціями, які покликані покращити загальний рівень життя, і виникає на основі організацій, що ініціюють, впроваджують та сприяють позитивним змінам у суспільстві.»*

У світлі різноманітних підходів до концептуалізації соціального підприємництва та сприяння соціальній місії, ми уточнюємо поняття соціального підприємництва як складного феномену, що передбачає систематичну економічну активність, спрямовану на вирішення соціальних проблем інноваційними методами.

Цей підхід враховує важливість ефективного взаємодії між підприємствами та громадою для досягнення позитивних соціальних результатів та стимулювання сталого розвитку. Аналізуючи концепції соціального підприємництва, О. Кацьора [12] зазначає, що мета діяльності соціального підприємства полягає у досягненні позитивних змін у суспільстві, вирішенні або пом'якшенні соціальних проблем, при цьому прибуток спрямовується на досягнення цієї мети. Це відображає інноваційний характер господарської діяльності соціального підприємництва.

Одним з напрямків соціального підприємництва є «соціальні інновації», які передбачають внесення нових ідей, рішень та дій у суспільний прогрес через реалізацію соціальних перетворень. Цей підхід акцентується на новаторській діяльності соціального підприємця та його внеску у соціальний прогрес.

Отже, соціальне підприємництво є не лише новим напрямком господарської діяльності, але й ключовим фактором соціальних змін та інновацій у суспільстві.

У своїх дослідженнях представники Європейської дослідницької мережі (EMES) розглядають соціальні підприємства Європи як складову громадського сектору. Вони акцентують увагу на ролі засновників та інших зацікавлених сторін у втіленні чітких соціальних цілей на користь громади.

Досвід соціального підприємництва, як в Україні, так і за кордоном, показує, що на практиці відбувається синтез різноманітних характеристик, описаних у вищезгаданих напрямках. Часто науковці визначають соціальне підприємництво як гібридну форму бізнесу та громадського сектору. Наприклад, вітчизняна дослідниця В. Кифяк [14] вказує на складність цієї

категорії, що пояснюється еволюційними змінами в бізнесі, які вплинули на функціонування як прибуткових, так і неприбуткових організацій.

Аналізуючи регіональні особливості розвитку підприємництва у різних частинах світу, дослідники розрізняють американський, європейський та інші підходи до розуміння соціального підприємництва. Наприклад, у США громадський рух дав поштовх для розвитку соціального підприємництва, тоді як у Європі сприяння захисту потребуючим групами населення стало ключовим стимулом [11].

Щодо історичних витоків соціального підприємництва у Великобританії, варто зазначити, що воно виникло з корпоративних організацій, але під впливом реформувань у подальшому набуло рис комерційних підприємств. Враховуючи різноманітні історичні та національні контексти, соціальне підприємництво прагне вносити соціальні зміни у життя людей, залучених до його процесу розвитку.

Здійснений аналіз поняття соціального підприємництва через призму його ознак та характеристик є поширеною практикою серед науковців. При дослідженні соціального підприємництва як навчальної дисципліни, науки та практики, ключові ознаки виділяються, включаючи прийняття місії зі соціальною цінністю, пошук нових можливостей для її виконання, участь у процесі інновацій та навчання, а також почуття відповідальності перед цільовою аудиторією.

Додаткові аспекти соціального підприємництва, які визначає В. Кифяк [14], допомагають розширити наше розуміння цього явища з економічної перспективи. Його характеристики включають відповідність ідеям сталого розвитку, застосування системного підходу у розвитку підприємництва, зв'язок з соціальною відповідальністю бізнесу, стимулювання інновацій у різних сферах діяльності, синергетичний ефект та удосконалення методів ведення бізнесу.

З іншого боку, Горішна [7] ідентифікує ключові риси, що характеризують соціальне підприємництво в Україні, це: прибутковість

діяльності, чітко визначену соціальну мету, реінвестування прибутку у розширення або досягнення соціальних цілей, демократичне управління, конкурентоспроможність на ринку та колективну власність.

Такі погляди різних науковців розкривають різноманітність характеристик соціального підприємництва, підкреслюючи переважно економічні або соціальні аспекти.

Цікавою сферою дослідження соціального підприємництва є психологічний підхід, спрямований на розуміння сутності особистості - соціального підприємця.

За результатами досліджень, що проведені науковцями А. Передо та М. Макліном, доведено, що соціальне підприємництво відбувається тоді, коли особа спрямована на створення соціальної цінності, має здатність розпізнавати та використовувати можливості для її створення, застосовує інновації та готова до ризику в умовах дефіциту активів для здійснення соціальної діяльності.

А. Бергер визначає ролі, характерні для особистості, яка займається соціальним підприємництвом: вона є настійливим місіонером, творцем соціальної цінності, відповідальним агентом, лідером думки, менеджером, новатором та агентом змін.

Сьогодні виділяють чотири основні підходи до розуміння соціального підприємництва: широкий, інноваційний, комбінований та проблемно-орієнтований. Кожен з цих підходів має свої особливості та спрямований на досягнення соціальної мети (табл. 1.2) [10].

Отже, соціальне підприємництво є важливим явищем, яке впливає не лише на економічний аспект, але й на формування особистості та соціальну структуру суспільства. Особа, яка обирає цей шлях, не лише стає підприємцем, але також набуває ряд характеристик, які визначаються економіко-психологічними аспектами, а також має розвинуте почуття обов’язку перед суспільством, має міцну громадянську позицію та демонструє моральність у своїй діяльності.

Таблиця 1.2

Підходи до визначення соціального підприємництва

Підхід	Прихильники	Тлумачення соціального підприємництва
Широкий підхід	Е. Шоу, Дж. Віравардена, Г. Морт, А. Фоулер, Центр із поліпшення соціального підприємництва	Це діяльність, яка в кінцевому результаті передбачає досягнення соціальної мети
Комбінований (комерційно-соціальний) підхід	А. Макміллан, Дж. Робінсон, Я. Рогалін	Це діяльність, орієнтована на досягнення соціальних та комерційних результатів. За такого підходу соціальне підприємництво – це вужча сфера діяльності, яка передбачає наявність бізнес-складника.
Інноваційний підхід	Дж. Мейр, Е. Нобоа, Е. Остін, Дж. Вей-Скіллерн, Х. Стівенсон, Ф. Перріні, С. Вурро	Акцент на використанні інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Такий підхід розширює соціальне підприємництво за рахунок доповнення його діяльністю неприбуткових організацій та державних соціальних установ, які розробляють і реалізовують інновації у своїй діяльності.
Проблемно-орієнтований підхід	К. Лідбітер, Фонд Шваба	Це діяльність, результати якої спрямовані на певну соціальну групу або проблему.

Важливим кроком у вивченні соціального підприємництва є розгляд сфер і напрямків його реалізації. У доповіді Європейської комісії вказано різноманітні галузі, в яких діють соціальні підприємства в країнах Європи. Ці напрями включають в себе [17]:

1. Інтеграцію через навчання: зусилля спрямовані на підтримку освіти та професійної підготовки для забезпечення соціальної інтеграції.

2. Надання різноманітних соціальних послуг у сферах здоров’я, добробуту та освіти: включає медичну допомогу, психологічну підтримку, послуги соціальної реабілітації та освітні ініціативи.

3. Місцевий розвиток територій, що знаходяться у неблагополучних районах: спрямовано на створення інфраструктури, підтримку підприємництва та соціальну реабілітацію.

4. Інші напрямки, охоплюють різноманітні сфери, від збереження культурної спадщини до створення новітніх технологій для збереження навколишнього середовища.

Крім того, С. Гончарова, І. Буряк та А. Гончаров у своїх дослідженнях зазначають, що соціальні підприємства діють у різноманітних сферах, таких як надання соціальних послуг, соціально-професійна реінтеграція, реабілітація, місцевий розвиток, сільське господарство, фінансові та юридичні послуги, а також медична допомога. Ці напрями діяльності соціальних

підприємств відображають широкий спектр суспільних потреб і допомагають вирішувати актуальні проблеми сучасного суспільства.

Розвиток соціального підприємництва доцільно розглядати через призму таких наукових підходів, як системний/екосистемний, міждисциплінарний, стейкхолдерський та партисипативний.

З позицій системного підходу, соціальне підприємництво взаємодіє як частина суспільства з іншими його секторами, такими як бізнес, держава та громадськість. Одночасно соціальне підприємництво само є складною системою з власними підсистемами, які включають команду, соціальну місію, партнерів та бізнес-модель [18].

З екосистемного підходу, соціальне підприємництво в Україні враховує різні сторони, такі як підприємці, бізнес-асоціації, донори та інші, але важливо розглядати не лише їхню присутність, а й характер взаємодії та згуртованість команд соціальних підприємств.

Щодо стейкхолдерського підходу, важливо визначити ролі та функціонал ключових інституцій, таких як держава, громадськість та бізнес, а також їхній вплив на розвиток соціального підприємництва.

Нарешті, партисипативний підхід, з точки зору психологічної науки, може вивчити взаємодію ключових стейкхолдерів розвитку соціального підприємництва та їхній вплив на різні категорії клієнтів соціальних послуг.

Отже, розглянуті аспекти та напрями реалізації соціального підприємництва показують широкий спектр можливостей застосування цього явища в сфері соціального впливу. Проте, на нашу думку, потенціал соціального підприємництва ще не вичерпано і вимагає подальших досліджень та розробок.

Аналіз визначення та ознак соціального підприємництва, а також його напрямків розвитку, дозволяє зробити наступні висновки.

Соціальне підприємництво є надзвичайно актуальним і складним явищем у сучасному світі, потребує докладного вивчення, особливо з урахуванням вітчизняного досвіду. Великий обсяг наукових публікацій і

досліджень свідчить про постійний інтерес до цієї теми і необхідність подальшого її розвитку.

Часті спроби використання міжсекторального підходу можуть обмежувати розуміння взаємодії різних галузей економіки та їх вплив на соціальне підприємництво.

Під соціальним підприємництвом ми розуміємо суспільне явище, яке використовує бізнес-підходи для досягнення соціальних змін на рівні громади. Це відображається у співпраці з різними ключовими партнерами для досягнення спільних цілей.

Розвиток соціального підприємництва можна розглядати через призму різних наукових підходів, таких як системний/екосистемний, міждисциплінарний, стейкхолдерський та партисипативний. Кожен з цих підходів дозволяє збагатити розуміння соціального підприємництва і сприяти його подальшому розвитку.

Отримані висновки відкривають шлях для подальших досліджень та аналізу ролі соціального підприємництва в сучасному суспільстві. Це включає в себе детальніше вивчення тенденцій розвитку соціального підприємництва та розробку стратегій співпраці між різними стейкхолдерами для досягнення спільних цілей.

1.2. Бізнес-моделі соціальних підприємств: сутність та особливості

Бізнес-модель представляє собою систему організаційних структур, концепцій або рамок, які визначають стратегічні керуючі принципи та способи діяльності підприємства з метою забезпечення успішності та створення цінності для своїх клієнтів. Успішність обраної бізнес-моделі визначається принаймні трьома факторами: здатністю генерувати прибуток для власників, здатністю творити позитивні зміни у соціальному або екологічному середовищі та досягненням балансу між прибутковістю та соціальною відповідальністю [12].

Перший підхід, орієнтований на здобуття прибутку, характерний для традиційних комерційних компаній. Другий підхід, спрямований на соціальні або екологічні цілі, застосовується у традиційних благодійних організаціях. Третій підхід, який враховує баланс між прибутком та соціальною відповідальністю, характерний для соціальних підприємств.

У 2012 році Вольфгангом Грассі було визначено дев'ять бізнес-моделей соціальних підприємств. Його аналіз розпочався з ідентифікації трьох ключових факторів, що визначають будь-який соціальний бізнес: місією, типом інтеграції та цільовою аудиторією. Подальший аналіз полягав у вивченні способів взаємодії цих трьох факторів з традиційними категоріями бізнесу (комерційною, некомерційною та гібридною), з метою формування дев'яти конкретних модельних типів соціального бізнесу, які може обрати кожне соціальне підприємство (рис.1.1) [34].

Рис 1.1. Бізнес - моделі соціальних підприємств (за Грассі)

1. Модель підтримки підприємців, також відома як «entrepreneur support model», спрямована на забезпечення соціальними підприємствами широкого

спектру фінансових та інших сервісів з метою підтримки підприємництва серед компаній та приватних підприємців. Клієнти отримують можливість просувати свої товари та послуги на відкритому ринку.

Досягнення фінансової самодостатності соціального підприємства забезпечується через реалізацію своїх послуг клієнтам та використання отриманих коштів для покриття витрат, пов'язаних із наданням підприємницької підтримки, а також операційних витрат. Цю модель використовують фінансові установи, консалтингові агентства та організації, які надають професійні послуги, такі як бухгалтерські, юридичні та ринкові консультації, а також технологічні продукти, спрямовані на підтримку підприємництва.

2. Модель посередників ринку, відома як «market intermediary model», полягає в тому, що соціальне підприємство надає широкий спектр послуг своїм цільовим клієнтам - дрібним виробникам товарів (фізичним особам або фірмам), забезпечуючи їм доступ до ринків та підвищуючи вартість їхньої продукції. Послуги можуть включати розробку продукту, виробничу та маркетингову підтримку, а також кредитування. Ринковий посередник або закуповує продукцію виробників, або викупає її партії, а потім реалізовує на роздрібних ринках з додатковим націнюванням. Місія підприємств, що діють за такою моделлю, полягає в активному посиленні ринків та забезпеченні фінансової стабільності для клієнтів, сприяючи їхньому зростанню та успішному реалізації продукції.

Досягнення фінансової самодостатності соціального підприємства здійснюється через ефективний збут продукції клієнтів, при цьому отримані кошти використовуються для покриття операційних витрат підприємства та фінансування програмних заходів, спрямованих на надання послуг розробникам, маркетингу та кредитуванню клієнтів. Цю модель часто використовують соціальні підприємства в галузі сільського господарства та маркетингу [12].

3. Модель зайнятості та працевлаштування, особливо в контексті соціальних підприємств, є важливим інструментом для забезпечення працевлаштування та навчання соціально вразливих груп, молоді, ветеранів, та мешканців сільських районів. Цей підхід заснований на принципах соціальної відповідальності та створення сприятливого середовища для розвитку та підтримки працівників.

Розглядаючи модель працевлаштування у соціальних підприємствах, необхідно враховувати специфіку цільової аудиторії та їх потреб. Це означає, що бізнес-модель повинна бути адаптована до соціальних потреб та можливостей цих груп, а також забезпечувати комерційну привабливість для забезпечення фінансової стабільності.

Важливою складовою моделі працевлаштування в соціальних підприємствах є наявність вбудованих соціальних послуг, спрямованих на підтримку працівників. Ці послуги можуть включати навчання професійних навичок, тренування soft skills, фізіотерапію, консультації з психічного здоров'я та інші. Це сприяє створенню сприятливого робочого середовища та підвищенню продуктивності працівників [34].

Фінансова самодостатність соціального підприємства досягається через продаж товарів та послуг. Отриманий дохід використовується як для оплати операційних витрат, так і для додаткових соціальних програм, спрямованих на підтримку працівників з цільових груп .

Модель зайнятості у соціальних підприємствах знайшла широке застосування в організаціях, що працюють у сферах підтримки осіб з інвалідністю, жінок у складних життєвих ситуаціях, колишніх наркозалежних та бездомних. Серед популярних форматів таких підприємств можна виділити магазини, кафе, пекарні та деревообробні майстерні.

4. Модель платних послуг, відома також як «fee-for-service», є стратегічним напрямком комерціалізації соціальних послуг, що передбачає продаж цих послуг безпосередньо споживачам з вразливих соціальних груп або через інтермедіарів, таких як фірми чи громадські організації. Суть цієї

моделі полягає в тому, що соціальне підприємство пропонує певні послуги або товари за плату, яка відповідає їхній вартості.

Отриманням плати за надані товари та послуги, соціальне підприємство забезпечує собівартість своєї діяльності та досягає фінансової самодостатності. Зароблений прибуток може бути спрямований на субсидіювання соціальних програм, які не є прибутковими, але мають велике соціальне значення. Це може включати, наприклад, надання безкоштовних чи субсидійних послуг для осіб з обмеженими можливостями чи з малозабезпечених груп населення [34].

Серед типових прикладів соціальних підприємств, які працюють за моделлю платних послуг, можна виділити організації, що збирають членські внески або участь у яких передбачає сплату, а також торгові асоціації, що надають свої послуги за встановлену плату. Ці структури активно використовуються для забезпечення якісних соціальних послуг та одночасного забезпечення фінансової стабільності своєї діяльності.

5. Модель підтримки осіб з низькими доходами, відома як «low-income client as market model», є різновидом моделі платних послуг, що передбачає надання товарів та послуг особам, які здатні задовольнити лише свої базові потреби. Цей підхід важливий для надання соціальної підтримки та підвищення якості життя мешканців країн, що розвиваються, які мають дуже обмежений доступ до матеріальних ресурсів.

Оцінки свідчать, що понад 4 мільярди людей у країнах з низьким рівнем розвитку отримують менше 5 доларів на день, що відображається у їхніх щорічних доходах, що набагато нижчі за 1500 доларів на душу населення у паритеті купівельної спроможності [12].

Модель соціального підприємства, спрямована на підтримку людей з низькими доходами, має на меті забезпечити доступ до життєво важливих продуктів та послуг, які сприяють покращенню їхнього здоров'я, освіти та особистих можливостей. Доходи в цій моделі отримуються через продаж

продукції та послуг, а також використовуються для покриття операційних та маркетингових витрат.

Однак, через обмежені доходи цільової аудиторії у цій моделі, досягнення фінансової стабільності може бути викликано складністю. Такі соціальні підприємства повинні активно працювати над розробкою креативних систем розподілу, зниженням виробничих та маркетингових витрат, досягненням високої операційної ефективності, а також знаходженням інноваційних ринків, які стимулюють доходи, а також ринків, які можуть підтримати діяльність таких соціальних підприємств через механізми субсидіювання [12].

6. Кооперативна модель, яка відома як «cooperative model», є формою організації, що передбачає спільне управління та використання ресурсів між її членами. Ця модель спрямована на надання різноманітних послуг своїм членам, включаючи маркетингові дослідження, технічну підтримку, колективні переговори, економію при оптових закупівлях, а також доступ до продуктів та послуг.

Кооперативи, часто формуючись з дрібних виробників або спільнот з спільними потребами, створюють спільну платформу для співпраці та взаємовигоди. Члени кооперативу, в свою чергу, вкладають свої ресурси, такі як час, гроші та продукти, у розвиток та функціонування кооперативу. Це дозволяє їм отримувати користь від спільних усіма членами ресурсів та послуг, які надає кооператив.

Основна місія кооперативів полягає в забезпеченні послуг своїм членам. Фінансова стійкість досягається через продаж власних товарів та послуг членам кооперативу або на комерційних ринках. Отримані доходи використовуються для покриття витрат, пов'язаних з наданням послуг своїм членам та інвестицій у подальший розвиток [34].

Прикладами кооперативів є сільськогосподарські об'єднання, що здійснюють продаж продукції своїх учасників, або кредитні спілки, які надають фінансову підтримку своїм членам. Вони відображають

різноманітність цієї моделі, яка може бути успішно використана для спільного розвитку та забезпечення потреб спільноти.

7. Модель соціального підприємства «зв'язок з ринком» є складним механізмом, спрямованим на активне підтримання та розвиток торговельних відносин між різними групами стейкхолдерів у суспільстві. Зокрема, ця модель взаємодіє з дрібними товаровиробниками, місцевими фірмами, кооперативами та зовнішнім ринком з метою сприяти ефективній та взаємовигідній комунікації між цими сторонами.

Соціальне підприємство, що діє в рамках цієї моделі, виступає як посередник, що об'єднує покупців і виробників, сприяючи укладенню та підтримці угод і контрактів. Воно забезпечує зручну та ефективну платформу для взаємодії між цими стейкхолдерами, сприяючи обміну ресурсами та інформацією [34].

Одним із ключових аспектів моделі «зв'язок з ринком» є проведення маркетингових досліджень, спрямованих на аналіз потреб ринку та розвиток стратегій взаємодії між виробниками та споживачами. Це допомагає підприємству більш точно визначити свої цілі та ефективно спрямовувати свою діяльність на задоволення потреб ринкових учасників.

Таким чином, модель «зв'язок з ринком» є важливим інструментом для сприяння ефективному функціонуванню та розвитку соціальних підприємств, а також для створення позитивного впливу на розвиток ринкових відносин у суспільстві.

Однак, якщо порівнювати з моделлю «посередник ринку», в якій соціальне підприємство саме продає товари чи послуги, у моделі «зв'язок з ринком» його головним завданням є сприяння встановленню та розвитку відносин між клієнтами та ринками. У цьому випадку прибуток отримується від діяльності підприємства, який використовується для забезпечення його самофінансування та подальшого розвитку соціальних програм.

8. Модель субсидіювання послуг є важливим механізмом для забезпечення стабільного фінансування соціальних підприємств. Ця модель

передбачає використання отриманих від продажу товарів чи послуг доходів для підтримки соціальних програм.

Зазвичай модель фінансування послуг інтегрована, що означає, що бізнес-діяльність та соціальні програми взаємодіють, а доходи, витрати та активи розподіляються між ними. Ця модель відома своєю гнучкістю і можливістю поєднання з різними видами діяльності неприбуткових організацій. Вона включає в себе використання нематеріальних активів, таких як експертиза, методології або ексклюзивні ділові відносини, для надання різноманітних послуг, таких як консалтинг, логістика, маркетинг і т.д [12].

Також ця модель передбачає використання матеріальних активів, таких як будівлі, обладнання, земля, комп'ютери і т.д., для створення додаткових підприємств, які можуть надавати різні види послуг, від лізингу до транспортування та поліграфії. Необхідно відзначити, що ця модель часто поєднується з іншими стратегіями фінансування, щоб забезпечити більш ефективне і стабільне фінансування соціальних програм підприємств.

Модель «зв'язок з ринком» відкриває широкі можливості співпраці для різних структур, таких як торгові асоціації, кооперативи, державно-приватні партнерства та програми розвитку бізнесу. Ці структури сприяють встановленню ефективного та стійкого зв'язку між виробниками та ринками, що сприяє розвитку та підтримці соціальних і економічних ініціатив.

9. Модель організаційної підтримки (організаційна модель підтримки) є значущим аспектом діяльності соціальних підприємств, спрямованим на продаж товарів та послуг на відкритому ринку, залучаючи різноманітних клієнтів. У певних випадках ці клієнти можуть належати до соціально вразливих груп населення, що підкреслює соціально-позитивну спрямованість цієї моделі [34].

Організаційна підтримка передбачає провадження основної бізнес-діяльності, яка відрізняється від програми, спрямованої на соціальний вплив. При цьому прибуток, здобутий від комерційної діяльності, направляється на фінансування соціальних програм та операційних витрат некомерційної

материнської організації. Важливо відзначити, що в цій моделі переважає соціальна місія над прибутковістю.

Модель організаційної підтримки зазвичай діє як фінансовий механізм, що забезпечує фінансову підтримку організації, часто функціонуючи як додатковий бізнес для неприбуткової материнської організації.

1.3. Роль соціального підприємництва у розвитку територіальної громади

Процес децентралізації, який відбувається в Україні, відкриває нові перспективи для муніципалітетів. Разом зі зростанням їх повноважень збільшується і їхня відповідальність перед населенням у плані поліпшення якості життя. Однак, на сьогоднішній день багато з цих завдань виконуються не в повному обсязі.

В такій ситуації виникають нові можливості для громадян у спільному пошуку шляхів регіонального розвитку. Місцеві владні органи, громада та підприємницьке середовище змушені знаходити нові способи співпраці для забезпечення соціальних стандартів та розвитку місцевих спільнот.

Система регіонального управління сьогодні має розв'язувати багато соціальних проблем. Вона повинна бути зацікавлена в розвитку соціального підприємництва, яке не лише виконуватиме соціальну місію, але й сприятиме створенню робочих місць, виробництву продукції та наданню послуг. Це наголошує на необхідності подальшого наукового вивчення соціального підприємництва з метою забезпечення фінансової стабільності місцевих громад і вирішення актуальних соціальних проблем [33].

Практика об’єднаних територіальних громад у державі та їхні успішні моделі роботи стають каталізатором для активізації реформ із широким залученням громадян, громадських організацій та місцевих підприємств. Побудова ефективних комунікацій і співпраця місцевих органів самоврядування з мешканцями та бізнесом створюють сприятливе підґрунтя

для сталого розвитку територіальних громад та збільшення податкових надходжень до місцевих бюджетів.

Війна в Україні спричинила значний приріст соціально незахищених осіб у країні через внутрішнє переміщення населення, втрату майна, зниження доходів та підвищення рівня бідності. Тому підтримка соціального підприємництва на рівні територіальних громад, де оселилася значна кількість переміщених осіб, стає важливим аспектом їхньої інтеграції.

У сучасному контексті загострення соціально-економічних проблем нового рівня важливою стає ідея соціального підприємництва. Це підкреслюється Європейським комітетом регіонів, який закликає до розвитку соціального підприємництва як ефективного інструменту розвитку на місцевому та регіональному рівнях [36].

Соціальне підприємництво в Україні, як новий напрям бізнесу, через свої інноваційні концепції створює додаткову соціальну цінність і, одночасно, генерує прибуток для свого подальшого розвитку.

Соціальне підприємництво відрізняється від благодійних організацій та традиційного бізнесу своєю прозорістю, пріоритетністю соціальної мети та реінвестуванням прибутку у соціальний розвиток. Практика соціальних підприємств показує їхній важливий внесок у ресоціалізацію, працевлаштування, інноваційний розвиток та зниження навантаження на державний бюджет.

Соціальне підприємництво може стати ефективним інструментом для реалізації соціально-економічних стратегій регіонального розвитку. Однак, підприємці, громадські активісти та органи самоврядування зазнають обмежень у його використанні через відсутність належного інституційно-правового забезпечення. Розвиток соціально-підприємницьких структур в Україні перевершив стан нормативно-правової бази, що ускладнює їхнє функціонування та розвиток [27].

Аналіз показує, що хоча соціальне підприємництво активно розвивається у сфері досягнення соціальних показників, економічний

розвиток поки що залишається повільним. Це пояснюється як об'єктивними факторами, такими як інфляція, складна економічна ситуація та низька платоспроможність споживачів, так і суб'єктивними, такими як недостатній рівень теоретичної та практичної підготовки соціальних підприємців та конкуренція з боку традиційних підприємств.

Одним з основних викликів є координація регульованих факторів. Також, відсутність доступу до фінансових ресурсів, таких як дешеві кредити та гранти, ускладнює ситуацію. Головним джерелом прибутку для соціальних підприємств є гранти, що не відповідає міжнародним стандартам. Крім того, підпорядкування використання ресурсів громади інтересам великого бізнесу може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Це може сприяти благоустрою громади, але водночас пригнічувати розвиток середнього бізнесу [30].

Для оптимального впровадження соціального підприємництва в регіональні соціально-економічні процеси критично важливе створення ефективних економічних та управлінських механізмів. Зазначений аспект передбачає уточнення стратегій підтримки соціальних підприємств та розробку відповідних політичних інструментів, серед яких може бути прийняття законодавчих актів, наприклад, Закону України «Про соціальне підприємництво». Крім того, необхідно розробити стратегію розвитку соціального підприємництва з урахуванням особливостей конкретної території, яка б дозволила скоординувати зусилля всіх зацікавлених сторін. Тільки такі заходи дадуть можливість вирішити проблеми соціального підприємництва системно.

Отже, висновки з проведеного дослідження свідчать про те, що використання підприємницьких підходів у вирішенні соціальних проблем може сприяти зменшенню фінансового навантаження на місцеві бюджети, а також забезпечити захист і особистісний розвиток для соціально вразливих груп населення. Для успішного розвитку підприємницьких ініціатив

соціального змісту необхідно подолати інституційно-правові та кадрово-організаційні перешкоди.

Необхідно усвідомлювати взаємозв'язок політики децентралізації з економічним розвитком регіонів. Це означає посилення відповідальності регіональних та місцевих органів влади, а також ефективне використання потенціалу соціального підприємництва для соціально-економічного зростання регіону. Кожна громада має свої унікальні характеристики, тому діяльність органів місцевого самоврядування визначатиме темпи економічного зростання та рівень добробуту населення в конкретному регіоні.

Регулювання соціальних підприємств в Україні відсутнє на законодавчому рівні, що дозволяє їм обирати будь-яку законну організаційно-правову форму. Це створює можливість реєстрації підприємств у відповідності до їхніх потреб, обсягів діяльності та інших чинників. Такі підприємства найчастіше формуються у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю, приватних підприємств, фізичних осіб-підприємців, громадських організацій, благодійних фондів, підприємств, створених громадськими організаціями осіб з інвалідністю, кооперативів, релігійних організацій, громадських спілок [36].

З огляду на перспективами розвитку, соціальне підприємництво в Україні володіє великим потенціалом. Особливо важливим є його спрямування на укріплення партнерства з традиційним сектором бізнесу з метою подолання економічних труднощів. Крім того, виникає наростаюча необхідність у посиленні ролі держави в процесі розвитку соціального бізнесу.

Отже, можемо зробити певні висновки. Соціальне підприємництво відіграє ключову роль у розвитку територіальних громад, створюючи позитивні соціальні та економічні впливи.

1. Стимулювання економічного розвитку. Соціальні підприємства сприяють працевлаштуванню людей з інвалідністю або інших соціально вразливих груп. Вони розвивають локальний підприємницький дух та сприяють розвитку малого та середнього бізнесу в громаді.

2. Подолання соціальних проблем. Соціальні підприємства здатні ефективно вирішувати конкретні соціальні проблеми, зокрема у сфері освіти, охорони здоров'я, підтримки молоді та населення похилого віку. Вони надають доступні послуги та створюють умови для підвищення якості життя в громаді.

3. Розвиток соціального капіталу. Соціальні підприємства сприяють формуванню спільності та підтримці громадських ініціатив. Вони залучають громадян до участі у соціальних проектах, роблячи акцент на спільноті та взаємодії.

4. Інновації та сталий розвиток. Соціальні підприємства часто впроваджують інноваційні підходи та практики у свою діяльність, спрямовані на розв'язання соціальних проблем.

5. Партнерство та співпраця. Соціальні підприємства сприяють розвитку партнерських відносин між бізнесом, громадським сектором та владою на місцевому рівні. Це сприяє ефективному вирішенню соціальних проблем на рівні громади.

Загалом, соціальне підприємництво виступає як важливий інструмент для забезпечення сталого та інклюзивного розвитку територіальних громад. Його роль полягає не лише в економічному зростанні, але й у зміцненні соціального капіталу, підвищенні якості життя та підтримці незахищених верств населення. Отже, подальші наукові дослідження з вказаних аспектів можуть значно підвищити ресурсний потенціал соціального підприємництва та прискорити його активізацію.

Висновки до розділу 1

Перший розділ кваліфікаційної роботи присвячено теоретичним засадам соціального підприємництва, відображено його ключові аспекти та основні підходи. Основні висновки, що сприяють розумінню сутності та особливостей соціального підприємництва, наведемо нижче.

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні аспекти теоретичні аспекти соціального підприємництва**.** На основі проведених досліджень можна зробити наступні висновки.

Соціальне підприємництво є надзвичайно актуальним і складним явищем у сучасному світі, потребує докладного вивчення, особливо з урахуванням вітчизняного досвіду.

Виділяють чотири основні підходи до розуміння соціального підприємництва: широкий, інноваційний, комбінований та проблемно-орієнтований. Кожен з цих підходів має свої особливості та спрямований на досягнення соціальної мети.

Розвиток соціального підприємництва можна розглядати через призму таких наукових підходів: системний/екосистемний, міждисциплінарний, стейкхолдерський та партисипативний. Кожен з цих підходів дозволяє збагатити розуміння соціального підприємництва і сприяти його подальшому розвитку.

Визначають дев'ять бізнес-моделей соціальних підприємств (за Грассі). Аналіз слід розпочинати з ідентифікації трьох ключових факторів, що характерні для будь-якого соціального підприємства: місія, тип інтеграції та цільова аудиторія. Подальший аналіз полягає у вивченні способів взаємодії цих трьох факторів з традиційними категоріями бізнесу (комерційною, некомерційною та гібридною), з метою формування дев'яти конкретних модельних типів соціального бізнесу, які може обрати кожне соціальне підприємство.

Практика об’єднаних територіальних громад у державі та їхні успішні моделі роботи стають каталізатором для активізації реформ із широким залученням громадян, громадських організацій та місцевих підприємств. Побудова ефективних комунікацій і співпраця місцевих органів самоврядування з мешканцями та бізнесом створюють сприятливе підґрунтя для сталого розвитку територіальних громад та збільшення податкових надходжень до місцевих бюджетів.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ОЦІНКА ЙОГО ВПЛИВУ НА ГРОМАДУ

2.1. Стан розвитку соціального підприємництва в Івано-Франківській територіальній громаді

Війна на території України, породила нову реальність та поставила перед органами місцевого самоврядування та місцевими територіальними громадами низку викликів. Зокрема, зросла нагальна потреба громад у розв'язанні проблем поточного життєзабезпечення. Відповідно, пріоритетом стало мобілізувати зусилля у громадах та спрямувати їх на подальший місцевий економічний розвиток [1].

Місцевий економічний розвиток визначається як процес взаємодії та синергії дій місцевих громад, бізнес-спільноти, інституцій громадянського суспільства та інших партнерів з метою сталого соціально-економічного розвитку громади [3].

Сучасні умови війни призвели до появи нових учасників процесу економічного розвитку територіальних громад, зокрема внутрішньо переміщених осіб та релокованого бізнесу. Також спостерігається формування нових типів взаємодії та комунікаційних мереж. Збільшення ролі безпекового фактору призвело до зміни інтересів стейкхолдерів у розвитку громади.

За останні роки Івано-Франківська територіальна громада вкладає значні зусилля у сприяння місцевому економічному розвитку. Наприклад, у громаді активно підтримується розвиток соціального підприємництва.

Створення соціальних підприємств в громаді дозволяє залучити нові ресурси та інвестиції для розв'язання соціальних проблем. Крім того, соціальні

підприємства сприяють розвитку підприємництва серед молоді та безробітних, надаючи їм можливість зайнятості та розвитку навичок.

Отже, планування місцевого економічного розвитку є складною системою, яка включає в себе різноманітні заходи та інструменти, спрямовані на досягнення сталого розвитку громади.

Цей підхід дозволяє забезпечити системність та послідовність у реалізації стратегічних завдань та досягненні бажаних результатів розвитку громади.

Івано-Франківська територіальна громада є важливим складовим адміністративно-територіальним утворенням на теренах Західної України, включаючи в себе місто Івано-Франківськ та його прилеглі сільські населені пункти. Завдяки своєму розташуванню та соціально-економічній активності, дана громада здійснює неабиякий вплив на розвиток регіону, ставши його центральним пунктом.

Соціальні підприємці виступають агентами трансформації, спрямовуючи свою енергію на створення соціального капіталу з метою подолання бідності, сприяння економічному розвитку та зміцнення соціальної солідарності.

Їхня діяльність сприяє формуванню стійких громад, а також забезпечує економічний та соціальний захист для найбільш вразливих верств суспільства, розширюючи їх можливості для самореалізації та підвищуючи якість життя.

Протягом останніх років в Україні відзначається активний розвиток соціального підприємництва, що визначається як нова й стійка форма вирішення соціально значущих проблем за допомогою інструментів бізнесу [38].

Незважаючи на відсутність спеціалізованої законодавчої бази, кожен рік у країні з'являється чимало нових соціальних підприємств, які спрямовані на розв’язання соціальних та екологічних проблем суспільства через свою діяльність у виробництві товарів чи послуг (рис. 2.1) [29].

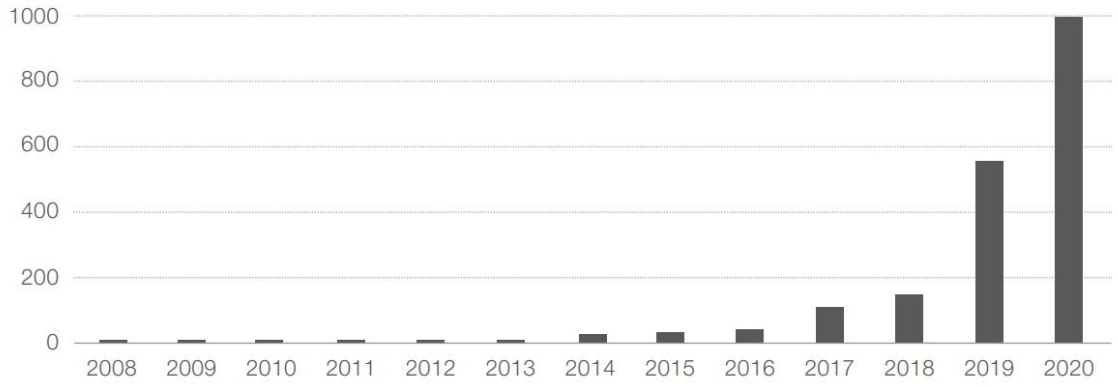

Рис. 2.1. Орієнтовна динаміка росту соціальних підприємств в Україні

Підтримка соціального підприємництва знаходить відображення у Розпорядженні Кабінету Міністрів України № 504-р «Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» (від 24 травня 2017 року), а також у Розпорядженні Кабінету Міністрів України (№ 202-р «План заходів на 2020 рік з реалізації Стратегії подолання бідності» (від 3 березня 2020 року). За цими документами передбачено проведення аналізу можливостей впровадження та оптимального функціонування соціальних підприємств з метою працевлаштування незахищених верст населення, зокрема з категорії внутрішньо переміщених осіб та учасників воєнних дій. Також передбачено створення транзитних робочих місць для молоді з метою здобуття практичного досвіду та розгляд механізмів стимулювання сільськогосподарських виробників з метою їхнього працевлаштування та підтримки сільського населення.

Прискорення розвитку соціального підприємництва у Прикарпатському регіоні представляє собою один із пріоритетних завдань, визначених у рамках регіональної цільової програми розвитку малих і середніх підприємств в Івано-Франківській області на період 2019-2020 років.

Останнім часом відмічається збільшення кількості успішних соціальних підприємств, що діють на території Івано-Франківської міської територіальної громади. Деякі з цих підприємств стали відомими на усій території України та

служать яскравим прикладом ефективного ведення соціального бізнесу для підприємців із різних регіонів країни.

Особливої уваги заслуговує ініціатива Івано-франківської громадської організації «Urban Space 100», як цікавий приклад соціального підприємництва. Зокрема, на основі соціальної франшизи ресторану «Urban Space 100», що знаходиться у місті Івано-Франківськ, було відкрито нове соціальне підприємство з назвою «Urban Space 500» у Києві. Цей приклад ілюструє потенціал соціального бізнесу через масштабування та розповсюдження успішних моделей з інших регіонів на великі міста [27].

Розглядаючи соціальне підприємництво як ключовий елемент становлення та розвитку малих та середніх підприємств у міській територіальній громаді Івано-Франківська, виконавчий орган міської ради взяв на себе ініціативу щодо розробки та впровадження Програми розвитку соціального підприємництва в Івано-Франківській міській територіальній громаді на 2021-2023 рр. [24].

Цей документ націлений на визначення стратегічної мети та заходів, спрямованих на розвиток комплексної екосистеми для сприяння соціальному підприємництву в цій громаді.

Метою цієї програми є сприяння створенню ефективної системи, що стимулює подальший розвиток соціального бізнесу через розробку стратегічних планів, підтримку новаторських проектів та поширення кращих практик у цьому сегменті. Документ пропонує конкретні заходи, метою яких є створення відповідного законодавчого середовища, формування інфраструктури та надання фінансової підтримки, що сприятиме зростанню соціальних підприємств та їхньому позитивному впливу на розвиток Івано-Франківської громади.

Цей програмний документ розроблено на основі комплексного аналізу потреб та можливостей громади, при залученні зацікавлених сторін та експертних груп для забезпечення його ефективності та реалізації з урахуванням конкретного контексту та потреб місцевого населення [24].

Аналізуючи поточний стан розвитку соціального підприємництва в міській територіальній громаді Івано-Франківська, важливо акцентувати увагу на трьох ключових аспектах, що визначають його динаміку [24]:

- екосистема для розвитку соціального підприємництва у громаді;
- діючі соціальні підприємства;
- ключові інституції та особи, зацікавлені у подальшому розвитку соціального підприємництва.

Розглянемо детальніше ці складові та дамо їм характеристику.

1. Екосистема для розвитку соціального підприємництва у громаді.

Аналіз наявної екосистеми, яка створена для підтримки та сприяння розвитку соціального підприємництва, є необхідним. Під терміном «екосистема» розуміємо складну взаємодію різноманітних суб'єктів та факторів, що здійснюють вплив на розвиток соціального підприємництва. Структура екосистеми включає організації, установи та особистості, які допомагають стимулювати, підтримувати та розвивати соціальні підприємства.

Основними учасниками екосистеми соціального підприємництва є самі соціальні підприємці, які створюють і розвивають підприємства з метою розв'язання соціальних проблем. Підтримку цього виду підприємництва надають різні організації та установи, такі як університети, центри підтримки підприємництва, інкубатори, бізнес-асоціації, банки, соціальні інвестори та інші. Кожен з цих суб'єктів відіграє певну роль у формуванні належного сприятливого середовища для функціонування соціальних підприємств.

Таким чином, екосистема соціального підприємництва є складною та багатоаспектною системою, яка включає широкий спектр учасників та ресурсів. Її розвиток є важливим для забезпечення сталого соціального та економічного розвитку громади.

Проведемо оцінку семи ключових складових екосистеми, що націлені на розвиток соціального підприємництва, опишемо їх детальну характеристику [27]:

- інституційна підтримка соціального підприємництва: оцінює рівень підтримки соціальних підприємств з боку урядових та неприбуткових організацій, а також їх взаємодію з громадським сектором;

- нормативне та регуляторне середовище для соціального підприємництва: аналізує законодавчу базу та регулюючі механізми, які стимулюють або обмежують розвиток соціальних підприємств;

- культура соціального підприємництва: досліджується ступінь прийняття та підтримки соціального підприємництва в суспільстві, включаючи усвідомлення його важливості та популяризацію серед громадян;

- управління, вимірювання та звітування про соціальний вплив: аналізується якість управління соціальними підприємствами, їх здатність вимірювати та оцінювати соціальний вплив своєї діяльності;

- бізнес-навички та підтримка розвитку бізнесу: вивчається доступність та ефективність програм підтримки для розвитку бізнес-навичок у соціальних підприємців;

- забезпечення доступу до ринків: аналізується доступ соціальних підприємств до ринків, включаючи можливості здійснення торгівлі та взаємодії з іншими гравцями ринку;

- забезпечення доступу до фінансування: досліджується доступність фінансових ресурсів для соціальних підприємств, включаючи державну, приватну та міжнародну фінансову підтримку.

Аналіз інституційної підтримки соціального підприємництва та соціальних інновацій в Івано-Франківській міській територіальній громаді відображає значущість цього аспекту для прогресу даної галузі.

З огляду на наявність видатних соціальних підприємств у місті, які слугують прикладом для інших підприємців не лише на регіональному, але й на національному рівні, а також враховуючи зростаючий інтерес до соціального підприємництва серед місцевих мешканців, за ініціативи Івано-Франківської міської ради розроблено цільову програму, спрямовану на підтримку та розвиток соціального підприємництва у місті [24].

Прийняття такої Програми визначено як вагомий крок у забезпеченні інституційної підтримки для розвитку соціального підприємництва в міському контексті, створюються умови для стимулювання та розвитку соціального підприємництва через ряд заходів та програм, спрямованих на підтримку інноваційних підприємницьких ініціатив у сфері соціального благополуччя та сприяння соціальному підприємництву на місцевому рівні.

Підтримка з боку місцевої влади є важливим стимулом для розвитку соціального підприємництва, оскільки вона забезпечує не лише фінансові ресурси, але й необхідну інституційну підтримку та легітимізацію діяльності соціальних підприємств у суспільстві.

Прийняття цільової програми є важливим кроком у напрямку стимулювання соціального підприємництва та сприяння розвитку соціальних інновацій в Івано-Франківській громаді, що відповідно підкреслює перспективність даної сфери в економічному та соціальному контексті місцевого середовища [24].

Особливу увагу варто приділити нормативному та регуляторному середовищу соціального підприємництва на місцевому рівні, оскільки на державному рівні поняття «соціальне підприємництво» не має чіткого визначення. Тому, належне обґрунтування та тлумачення цього терміну на місцевому рівні є надзвичайно важливим. В наявний момент визначення соціального підприємництва не врегульоване в документах Івано-Франківської міської територіальної громади, тому Програма пропонує включення цього терміну на місцевому рівні.

Крім того, культура соціального підприємництва формується активною участю соціальних підприємців та громадських організацій. У місті поки що не проводилися інформаційні або рекламні кампанії, спрямовані на популяризацію соціального підприємництва, але можливості цієї сфери активно просуваються через систему освіти. Навчальні заклади міста, такі як гімназії та вищі навчальні заклади, залучені до проєктів, спрямованих на підтримку соціального підприємництва серед молоді. Крім того, університети

міста розробили різноманітні освітні та підтримуючі програми, спрямовані на розвиток підприємницьких навичок у молоді.

У місті Івано-Франківськ наразі відсутні єдині ресурси, призначені для збору статистичних даних щодо розвитку соціальних підприємств. Управління, вимірювання та звітування про соціальний вплив відсутнє у місті через відсутність спеціалізованих механізмів та ресурсів для збору цих даних. Питання соціальної звітності залишаються поза публічним обговоренням. Лише одне соціальне підприємство міста, «Urban Space 100», проявляє активність у цьому напрямку, регулярно оприлюднюючи свою соціальну звітність. Проте, такі ініціативи є винятковими у контексті відсутності загального механізму звітування про соціальний вплив для інших соціальних підприємств у місті [24].

В Івано-Франківську не зафіксовано проведення інформаційних кампаній з метою популяризації соціальної звітності, внаслідок чого широко поширений серед соціальних підприємців стереотип, що оцінка соціального впливу є витратним та складним процесом. При цьому, наприклад, кафедра маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу має значний досвід у наданні консультацій з визначення та аналізу соціального впливу, однак інформація про такі можливості не доводиться до представників соціального бізнесу.

У контексті розвитку бізнес-навичок та підтримки соціальних підприємців в місті спостерігається відсутність спеціалізованих установ, що могли б забезпечити професійний консультаційний моніторинг та підтримку. Однак потенційними осередками для організації навчальних програм для соціальних підприємців в Івано-Франківській територіальній громаді можуть стати бізнес-інкубатор як центр підприємницької діяльності та університетський молодіжний бізнес-хаб тощо.

Слід відзначити, що міський центр зайнятості періодично організовує навчальні заходи з розвитку бізнес-навичок для визначених категорій громадян. Однак, такі ініціативи, як правило, реалізуються лише у випадку

наявності державного фінансування, що свідчить про обмежену доступність та нестабільність таких програм. Необхідність у залученні кваліфікованих менторів та тренерів для представників соціального бізнесу стає досить відчутною, адже вони могли б надати цінні знання та підтримку у розвитку бізнесу. Хоча консультації можливі за особистою домовленістю, проте відсутня структурована мережа фахівців, які б могли систематично допомагати у вирішенні різноманітних питань щодо соціального бізнесу та подальшого стратегічного розвитку [24].

Важливо відзначити, що соціальні підприємства у місті не використовують нові технології для забезпечення доступу на нові ринки, навіть у випадку, коли вони мають присутність в інтернеті (такі як веб-сайти, сторінки у соціальних мережах тощо). Це свідчить про відсутність належного усвідомлення важливості цифрової стратегії та використання інтернет-технологій для розширення присутності на ринках збуту. У час цифрової трансформації, коли інтернет відіграє основну роль у комунікації та залученні клієнтів, така пасивність може суттєво обмежити можливості соціальних підприємств у відкритті нових ринків та просуванні товарів та послуг. Тому важливо зосередитися на розробці цифрових стратегій та активній експлуатації інтернет-ресурсів для підтримки розвитку соціальних підприємств і забезпечення їхнього успішного виходу на нові ринки.

Необхідно зауважити, що доступ до державних закупівель для соціальних підприємств відкритий на рівних умовах порівняно з іншими підприємствами. Слід зазначити, що ця ініціатива сприяє залученню соціальних підприємств до великих закупівельних програм, зокрема через онлайн-систему PROZORRO. Проте, не зважаючи на відкритий доступ, соціальні підприємства часто відчувають суттєву конкуренцію з іншими бізнесами, оскільки система PROZORRO не передбачає надання додаткових преференцій для цієї категорії підприємств.

Важливо підкреслити існуючі ініціативи з навчання та консультування щодо участі у державних закупівлях. Наприклад, у місті активно проводяться

навчальні заходи з використання електронної системи PROZORRO, що допомагають соціальним підприємствам ознайомитися з правилами та процедурами участі в закупівлях. Такі заходи відкривають шляхи для отримання консультацій з експертами та сприяють підвищенню кваліфікації персоналу соціальних підприємств.

Проте, рівень інформованості про тренінгові, консультаційні та інші можливості супроводу виходу на нові ринки залишається досить низьким. Це викликає необхідність створення спеціалізованих асоціацій та платформ для активної взаємодії соціальних підприємств з іншими бізнес-організаціями та експертами з підтримки підприємництва.

Одним із ключових аспектів розвитку соціального підприємництва є доступ до фінансових ресурсів. В Івано-Франківській громаді відсутня локальна база даних джерел фінансування для соціальних підприємств, що ускладнює процес відбору оптимальних фінансових інструментів для їх розвитку. Проте, існують деякі джерела фінансування, які надають можливості для розвитку соціального підприємництва в місті [24].

Програма кредитування за зниженими ставками 5-7-9% є однією з ключових ініціатив, спрямованих на підтримку підприємств, що діють на ринку принаймні рік. Ця програма надає можливість отримання кредитів за сприятливими умовами, які стосуються низьких процентних ставок та гнучкі умови повернення кредиту.

Однак, варто зазначити, що ці умови ускладнюють доступність кредитів для нових соціальних підприємств та тих, хто діє як громадські чи благодійні організації. Така обмеженість може виникати через вимоги до стажу на ринку та необхідності представлення фінансових документів, які підтверджують успішну роботу підприємства.

У додаток до кредитних програм, існують грантові програми, такі як Urban Space 100 та програма мікро грантів ГО «Тепле місто», які надають можливості для отримання фінансової підтримки соціальним підприємствам. Наприклад, Urban Space 100, яка направлена на розвиток ініціатив у сфері

урбанізму та громадського простору, надає гранти для запуску та розвитку соціальних проєктів. Проте, варто відзначити, що кількість доступних грантів є обмеженою, що може ускладнювати фінансування для соціальних підприємств та обмежувати їх можливості для розвитку та впровадження нових проєктів [27].

Отже, для забезпечення розвитку сектору соціального підприємництва в місті важливо розвивати інфраструктуру підтримки, яка включатиме не лише фінансові інструменти, але й інформаційний та консультаційний супровід. Наприклад, створення спеціалізованих агентств або центрів підтримки соціального підприємництва, які б надавали консультації з фінансування та інші види підтримки, може значно полегшити доступ до ресурсів та сприяти подальшому розвитку цього сектору.

2. Діючі соціальні підприємства.

У межах Івано-Франківської територіальної громади існують різні види соціальних підприємств, які спрямовані на розв'язання різних соціальних проблем та потреб місцевого населення (рис. 2.2).

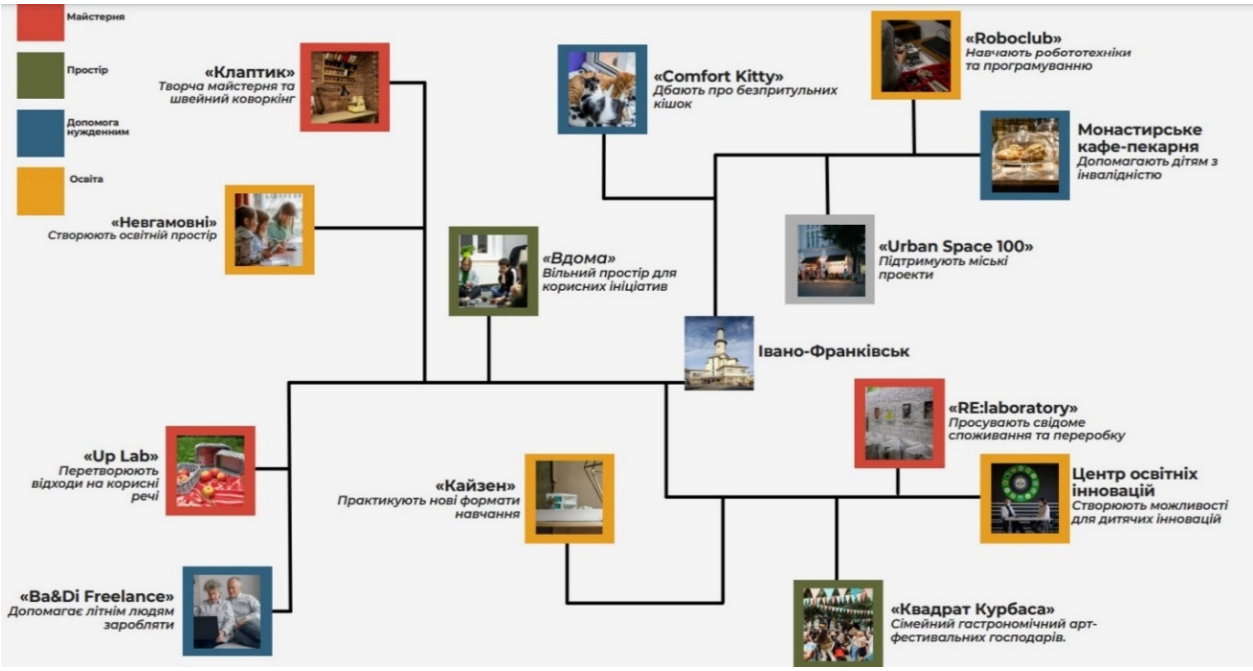

Рис. 2.2. Карта соціальних підприємств Івано-Франківської громади

Одним із найвідоміших прикладів соціального підприємництва в Україні є громадський ресторан «Urban Space 100», розташований у місті Івано-Франківську. Цей заклад функціонує на основі моделі, що передбачає відрахування 80% виручки на реалізацію соціальних, культурних, екологічних та урбаністичних проєктів у місті, відомої як модель заробітку (Income-generating model).

Модель функціонування «Urban Space 100» не лише забезпечує якісне харчування мешканців міста, але й стимулює розвиток різних сфер життєдіяльності міської громади через фінансування та підтримку соціальних і культурних ініціатив [27].

Цей підхід є типовим прикладом ефективної взаємодії бізнесу та соціальних цінностей в межах соціального бізнесу. Значна кількість соціальних підприємств у своїй діяльності використовує модель працевлаштування для осіб, які належать до соціально-незахищених груп, з метою їхньої соціальної адаптації.

Цей підхід, відомий як модель інтеграції через працю (Work integration model), є розповсюдженим у практиці соціального підприємництва. Прикладом такої діяльності є соціальне підприємство Ba&Di Freelance, що функціонує у місті Івано-Франківську. Ця організація забезпечує соціальну та трудову інтеграцію осіб похилого віку, які надають різноманітні послуги, включаючи догляд за дітьми, хатнє прибирання, побутовий ремонт та інші. Шляхом залучення цієї категорії населення до активної праці Ba&Di Freelance сприяє не лише забезпеченню їхніх соціальних потреб, але й сприяє створенню соціально-економічної цінності в місцевому середовищі [24].

У місті також діють соціальні підприємства, що спеціалізуються на ветеранському бізнесі, які є суб'єктами господарювання, заснованими ветеранами збройних сил України. Ці підприємства відіграють важливу роль у соціальній інтеграції та працевлаштуванні ветеранів та членів їхніх сімей, забезпечуючи їм можливість отримання стабільного працевлаштування. Відповідно до встановлених вимог, пропорція таких працівників на

підприємстві повинна складати не менше ніж 50% середньооблікової чисельності штатних працівників з облікового штату за попередній звітний (податковий) період. Прикладами таких соціальних підприємств у місті є: «Кава зі Схрону», кав'ярня «4.5.0.» та мережа ресторанів «Veterano Pizza».

Ці підприємства сприяють не лише забезпеченню зайнятості ветеранів та їхніх родин, але й сприяють створенню сприятливого середовища для соціальної адаптації та відновлення після служби в Збройних Силах.

У місті Івано-Франківську спостерігається тенденція до відкриття нових соціальних підприємств, які активно залучають до працевлаштування осіб з інвалідністю. Серед таких ініціатив можна відзначити хендмейд виробництво «Добрик» та Школу сліпого масажу «Здравія», де проводиться навчання слабозорих масажистів та інших спеціалістів.

Також у місті вже існують перші приклади соціальних шкільних підприємств, які створені учнями старших класів. Соціальне шкільне підприємство є суб'єктом господарювання, яке здійснює підприємницьку або господарську діяльність на базі шкільних фірм учнів, дитячих або молодіжних організацій, інтегруючись в освітній процес загальноосвітніх навчальних закладів з навчальною та соціальною метою.

Ці ініціативи спрямовані на створення сприятливих умов для соціальної інтеграції та працевлаштування осіб з інвалідністю, а також на розвиток підприємницьких навичок та соціальної відповідальності серед молоді через включення їх у реальні підприємницькі процеси.

У 2020 році в Івано-Франківській області стартував тривалий освітній проєкт, спрямований на розвиток соціального шкільного підприємництва під назвою «Student Companies to Activate the Youth». Впровадження цієї ініціативи здійснюється громадською організацією «Молодіжна організація «СТАН» у 21 регіоні, що передбачає проведення навчання серед учнів 8-11 класів на базі загальноосвітніх шкіл.

З метою вирішення екологічних проблем міста використовуються соціальні підприємства RE-Laboratory та UPLab, які працюють за моделлю

надання соціальних та екологічних послуг (Welfare service). Ці підприємства зосереджуються на розробці та впровадженні інноваційних рішень, спрямованих на покращення якості довкілля та соціального благополуччя місцевого населення.

3. Ключові інституції та особи, зацікавлені у подальшому розвитку соціального підприємництва.

Екосистема соціального підприємництва в Івано-Франківській міській територіальній громаді включає широкий спектр зацікавлених сторін, що мають визначені ролі та обов'язки у стимулюванні та підтримці розвитку цієї сфери.

Серед основних стейкхолдерів, які активно взаємодіють у цьому процесі, виділяються органи місцевого самоврядування, соціальні підприємці, установи соціальної сфери, заклади вищої та загальної середньої освіти, великий та середній бізнес, соціальні інвестори, інститути громадянського суспільства, а також дорадчі ради, коаліції та бізнес-асоціації. Кожна з цих зацікавлених сторін відіграє важливу роль у сприянні екосистемі соціального підприємництва та сприяє досягненню його цілей у громаді.

Так, залучення органів місцевого самоврядування гарантує створення сприятливого регулятивного середовища та розвиток інфраструктури для соціальних підприємств. У свою чергу, участь соціальних підприємців та соціальних інноваторів є важливою для забезпечення новаторства та відповідності їхньої діяльності реальним потребам громади.

Більшість стейкхолдерів, які відіграють активну роль у розвитку соціального підприємництва, працюють у тісній взаємодії з установами вищої та загальної освіти, спрямовуючи свої зусилля на формування підприємницької культури та розвиток необхідних навичок серед молоді.

Основні стейкхолдери взаємодіють та співпрацюють для формування ефективного середовища для розвитку соціального підприємництва, спрямованого на досягнення ефективних соціальних та екологічних змін у територіальній громаді (табл. 2.1) [24].

Таблиця 2.1

Основні стейкхолдери, зацікавлені у розвитку соціального підприємництва Івано-Франківської територіальної громади

Типи інституцій	Назва інституцій
1	2
Органи місцевого самоврядування	Івано-Франківська міська рада, профільні департаменти: - Департамент економічного розвитку, екології та енергозбереження - Департамент соціальної політики - Департамент молодіжної політики та спорту - Управління праці - Департамент інвестиційної політики, проєктів, міжнародних зв'язків, туризму та промоцій міста - Департамент освіти та науки - Управління охорони здоров'я
Установи та заклади соціальної сфери	- Івано-Франківський міський центр зайнятості - Центр соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді - Служба у справах дітей - Центр дозвілля для дітей та юнацтва - Молодіжні центри - Реабілітаційні центри - Притулки, заклади тимчасового перебування для людей у СЖО
Заклади вищої освіти	- Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу - Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника - Університет Короля Данила
Установи неформальної освіти	- ЦРП "Бізнес-Інкубатор" ІФНТУНГ - Проєктно-освітній центр "Агенти змін" Прикарпатського національного університету - Молодіжний інкубатор при Університеті Короля Данила - Центр освітніх інновацій / Комунальний заклад позашкільної освіти Івано-Франківської міської ради
Заклади загальної середньої освіти	- Середні загальноосвітні школи - Загальноосвітні школи-інтернати - Спеціалізовані школи (школи-інтернати) - Ліцеї та гімназії
Великий бізнес	- АТ "Прикарпаттяобленерго"
Соціальні інвестори	- Приватні інвестори (співзасновники Urban Space 100)
Соціальні підприємства	- Urban Space 100 - Pizza Veterano - Ba&Di Freelance, ГО "БА І ДІ КЛУБ" - Re-laboratory - UpLab - Здравія - Добрик - Кав'ярня 4.5.0. - Кава зі Схрону - Іграшки зі Схрону - Івано-Франківське учбово-виробниче підприємство Українського товариства сліпих - Івано-Франківське учбово-виробниче підприємство Українського товариства глухих - Підприємство ІНІН Громадської організації «Всеукраїнська організація союз осіб з інвалідністю України»

Продовження табл. 2.1

1	2
Інститути громадянського суспільства	- ГО “Тепле місто” - ГО “Інша Освіта” - ГО “Клуб ділових людей Україні” - ГО “Стан” - ГО “Громадський центр “Еталон” - ГО “Д.О.М.48.24” - БО “Дім Сірка” - ГО “Вдома” - ГО “Молода просвіта” - ГО “Карітас” - ГО “Інститут неформальної освіти” - ГО “Комунікативна платформа "МІСТ.ОК”
Дорадчі ради, коаліції, бізнес-асоціації	- Рада підприємців при міському голові - 24 бізнес-асоціації

Отже, спільність підприємницької діяльності та соціальної відповідальності визнається як ключовий фактор у забезпеченні стійкого розвитку в сучасних умовах. Такий підхід відображає необхідність вирішення соціальних проблем через інноваційні підприємницькі моделі, що працюють на благо громади. Розвиток соціального підприємництва у громаді вимагає створення сприятливих умов, включаючи формування підтримки, фінансових інструментів, освітніх програм, та розвиток інфраструктури.

2.2. Вплив соціального підприємництва на соціально-економічний та екологічний розвиток громади

Соціальне підприємництво сприяє зниженню рівня безробіття та підвищенню продуктивності праці окремих осіб і ресурсів, що в свою чергу призводить до зростання доходів населення та покращення соціального благополуччя громади. Шляхом уважного аналізу ресурсів, наявних можливостей та ідентифікації проблем, соціальний підприємець здатний знаходити інноваційні рішення для розв'язання соціальних та екологічних проблем. Це створює фундамент для сталого розвитку, що враховує потреби сьогодення, не турбуючись про можливі наслідки для майбутніх поколінь [28].

Важливою складовою успішного розвитку соціального підприємства є активна участь представників громади у його діяльності. Це створює можливість для всіх учасників отримувати відповідні переваги, як економічні, так і соціальні. Переваги залучення громади є множинними та змінюються залежно від конкретного контексту (рис. 2.3) [34].

Рис. 2.3. Переваги залучення громади до розвитку соціального підприємництва

Для місцевої громади вони включають зміцнення почуття гордості та спільноти, покращення якості життя через отримання соціальних послуг та навчання, а також можливості для працевлаштування та волонтерства.

Для соціального підприємця залучення громади забезпечує впевненість у тому, що їхня діяльність корисна та має підтримку, а також відкриває нові ідеї для розвитку та можливості для співпраці з новими партнерами.

Організація отримує можливість для демонстрації відкритості до громади, сприяння взаємодії та створення нових навичок та досвіду для подальшої діяльності.

Соціальне підприємництво у контексті зацікавлених сторін має значний вплив на розвиток громади, забезпечуючи як громаді, місцевим органам влади, донорам так й іншим організаціям впевненість у тому, що запропонований проект відповідає актуальним потребам і має потенціал надихати громаду на активну участь [36].

Отже, враховуючи специфіку соціального підприємництва, для територіальних громад відкривається ряд переваг:

- можливість часткового або повного вирішення проблеми інтеграції соціально незахищених верств населення, насамперед через працевлаштування людей з обмеженими можливостями, малозабезпечених, пенсіонерів та інших;

- можливість перебудови та удосконалення різних видів державних соціальних послуг або надання інших сервісних послуг, які не цікавлять звичайний бізнес, але є потрібними суспільству;

- зменшення фінансового навантаження на бюджети громад та можливість їх наповнення через сплату податків соціальними підприємствами;

- формування соціального капіталу та забезпечення розвитку різних соціально-економічних просторових категорій.

Стимулювання розвитку соціального підприємництва для територіальних громад має такі переваги [37]:

- зміцнення співпраці між органами місцевого самоврядування, бізнесом та місцевим населенням;

- розширення місцевого бізнес-середовища та надання нових соціальних послуг;

- сприяння зайнятості соціально вразливих верств населення та боротьба з їхньою соціальною відчуженістю;

- розвиток соціального капіталу громади та залучення громадян до соціальних ініціатив;

- зменшення фінансового навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем громади.

Особливу увагу заслуговує аналіз ролі соціального бізнесу у стимулюванні розвитку сільських територій (рис. 2.4) [34].

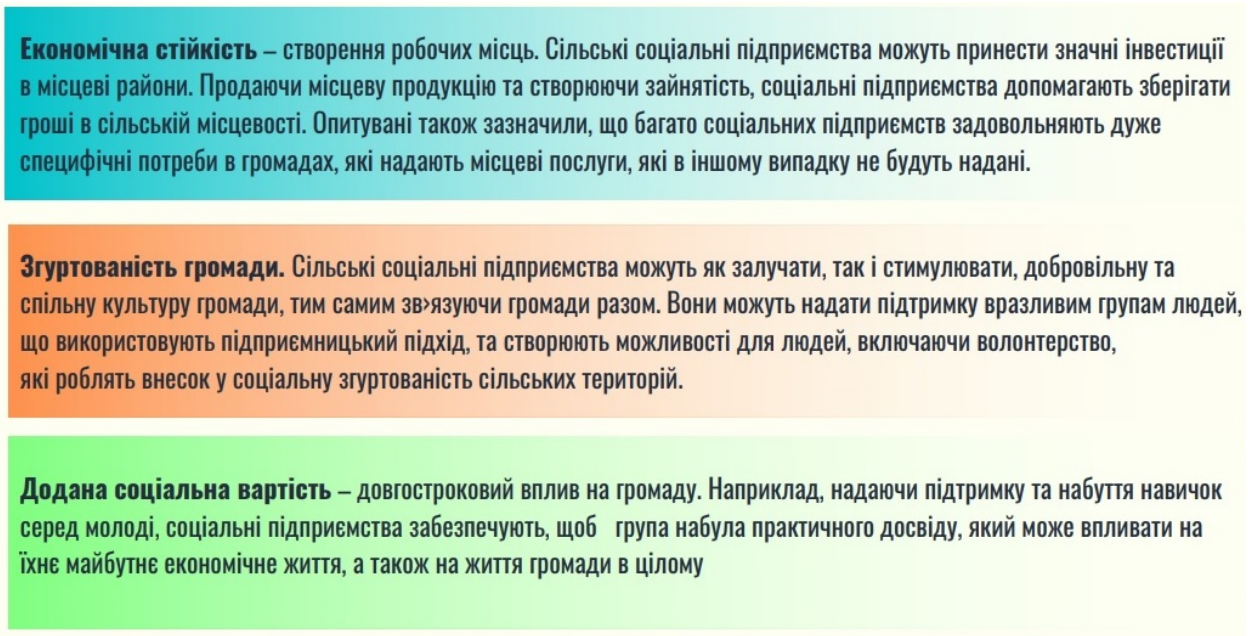

Рис. 2.4. Результати впливу соціальних підприємств на розвиток громади

Розглянемо детальніше вказані аспекти:

1. Економічна стійкість через створення робочих місць. Сільські соціальні підприємства вносять значний вклад у місцеві райони, що сприяє економічній активності. Шляхом продажу місцевої продукції та надання послуг вони сприяють збереженню коштів у сільській місцевості. Результати опитувань також підтверджують, що багато соціальних підприємств задовольняють конкретні потреби громад, надаючи місцеві послуги, які інакше не були б забезпечені.

2. Сприяння соціальній єдності громади (згуртованість). Сільські соціальні підприємства володіють потенціалом як залучати, так і зміцнювати відчуття спільності (єдності) в громаді, сприяючи об'єднанню місцевих жителів. Ці підприємства можуть надавати підтримку особам з вразливим

становищем, використовуючи підприємницький підхід, та створювати можливості для участі волонтерів, які сприяють розвитку соціальної згуртованості в сільських громадах.

3. Додана соціальна вартість і довгостроковий вплив на громаду. Наприклад, шляхом надання підтримки та набуття навичок серед молоді, соціальні підприємства забезпечують можливість здобуття практичного досвіду, який може суттєво вплинути на їхнє економічне майбутнє, а також на життя громади в цілому.

Отже, соціальні підприємства створюють численні позитивні наслідки для місцевих громад. Необхідність більш ретельного вивчення варіантів взаємодії місцевих органів влади та соціальних підприємств обумовлена складністю їхніх взаємин та потенційним впливом на розвиток громади (рис. 2.5).

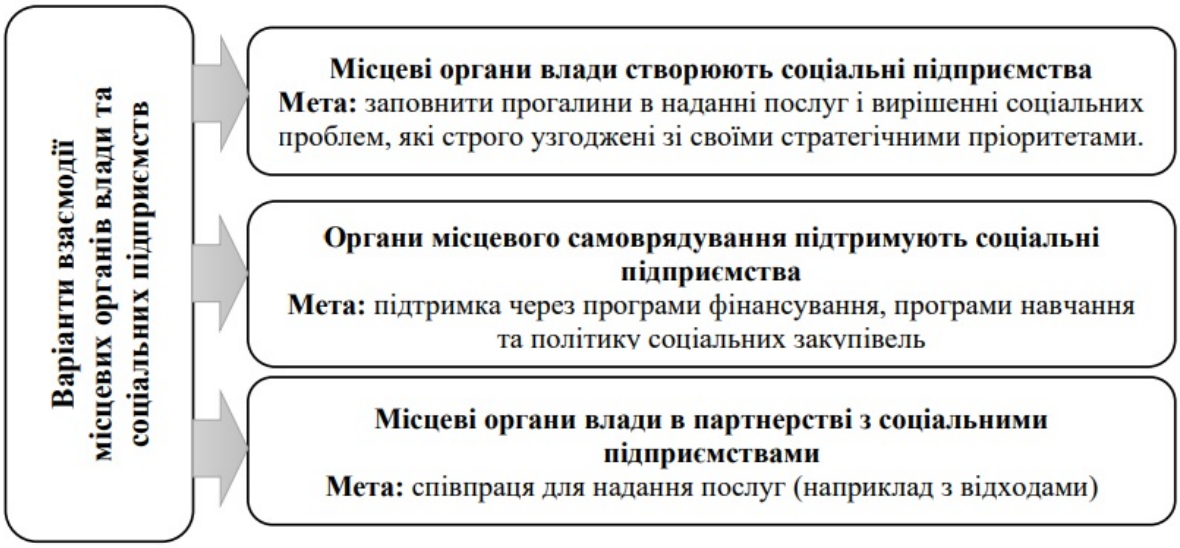

Рис. 2.5. Варіанти взаємодії місцевих органів влади та соціальних підприємств

Поглиблене дослідження цієї взаємодії дозволить ідентифікувати оптимальні моделі співпраці, що сприятимуть реалізації соціальних ініціатив та забезпечать ефективне використання ресурсів. Аналіз можливих механізмів партнерства між владними та неприбутковими структурами є важливим

етапом у формуванні стратегій підтримки соціального підприємництва та створенні сприятливого середовища для його розвитку. Досягнення ефективної взаємодії між цими суб'єктами може стати ключовим фактором у забезпеченні сталого соціального та економічного розвитку на місцевому рівні [26].

В цілому, взаємодія між громадою та соціальним підприємством може бути описана як співпраця, спрямована на використання синергії ресурсів та спільних зусиль для досягнення спільних цінностей та цілей. Ця взаємодія базується на взаємо доповненні, що сприяє створенню ефективної та стійкої спільноти, спроможної досягати успіху в різних аспектах соціального та економічного розвитку (рис. 2.6).

Рис. 2.6. Взаємодія між громадою та соціальним підприємством

Механізм взаємодії між громадою та соціальним підприємством включає в себе ряд ключових елементів. По-перше, це активне врахування потреб та інтересів громади у плануванні та реалізації діяльності соціального підприємства. Далі, це взаємна комунікація та взаємодія, що забезпечується через організацію громадських слухань, зборів, а також партнерських

зустрічей. Крім того, важливою складовою є залучення громади до процесу прийняття рішень та реалізації проектів соціального підприємства через механізми участі та співпраці.

Цей механізм ґрунтується на принципах взаємодопомоги, взаємовпливу та спільної відповідальності за соціально-економічний розвиток громади. Такий синергетичний зв'язок дозволяє оптимізувати використання ресурсів та зусиль у громадських ініціативах, сприяючи зростанню суспільного благополуччя та стійкого розвитку громади. Отже, взаємодія громади та соціального підприємства, базуючись на синергії ресурсів та зусиль, сприяє спільному досягненню цінностей та цілей [21].

Таким чином, соціальне підприємництво виявляє значний вплив на розвиток громади, сприяючи вирішенню соціальних проблем та підвищенню якості життя її членів. Шляхом впровадження інноваційних підходів та моделей бізнесу, соціальні підприємства забезпечують доступ до освіти, охорони здоров'я, житла та інших базових послуг. У підсумку, соціальне підприємництво визначається як ключовий фактор сталого розвитку громад, просуваючи цінності справедливості, рівності та соціальної відповідальності.

2.3. Інструменти оцінки впливу соціального підприємництва на розвиток територіальної громади

Створення соціального підприємства перш за все впливає на трансформацію цінностей, у яких ключове значення надається суспільним аспектам. Масштаб впливу цих підприємств не можливо точно виміряти, оскільки вони базуються на величезному спектрі факторів, що виходять за межі фінансових показників.

Соціальний вплив представляє собою позитивні зміни, що здійснюються або створюються організацією з плином часу. Ці зміни можуть бути різноманітними: від соціальних до економічних та екологічних [19].

Метою соціальних підприємств є здійснення позитивного соціального впливу. Проте важливо мати можливість чітко визначати, розуміти та документувати всю цінність цього впливу.

Необхідність вимірювання соціального впливу проявляється у наступних моментах [34]:

- дає можливість своєчасно звітувати перед спонсорами, надаючи детальні звіти про якість та ефективність виконаної роботи;

- стимулює привернення нових спонсорів за рахунок використання переваг вимірювання впливу та демонстрації важливості роботи;

- висновки вимірювання впливу допомагають вдосконалити роботу підприємства та досягати кращих результатів;

- надає потужні дані та історії, які можна використовувати для маркетингових та комунікаційних цілей;

- дозволяє поширити отримані результати серед інших організацій та розпочати співпрацю з ними;

- сприяє позиціонуванню організації як агенту змін та привертає потенційних клієнтів, які поділяють цінності соціального підприємства.

Оцінка соціального впливу є важливим інструментом для розуміння, управління та відображення суспільної цінності, що виникає внаслідок діяльності в сфері соціальних інтервенцій та проектів, і яка може бути непоміченою за інших обставин.

Наразі існують різноманітні методики оцінки соціального впливу, які передбачають як залучення сторонніх експертів для проведення оцінки, так і проведення самооцінки.

В Україні ще не знайдено дієвих інструментів для визначення впливу соціальних підприємств на розвиток громади, тому необхідно приділити належну увагу оцінці соціального впливу.

Позитивний досвід Великобританії свідчить про те, що одним з ефективних інструментів для вимірювання впливу є метод SROI - ефективність соціальних інвестицій (Social Return on Investment) [34].

Цей метод дозволяє оцінити широкий спектр значень, переважно соціальної та екологічної природи. SROI допомагає організаціям визначити кількість створених змін, відстежуючи соціальні, екологічні та економічні результати. Відмінність SROI від інших методологій полягає у віднесенні грошових значень до кількості змін, які вони генерують.

Для спрощення розуміння можна надати такий приклад: SROI встановлює грошову вартість для внесків та результатів і використовує ці значення для обчислення коефіцієнта.

Наприклад, якщо співвідношення складає 5:1, це означає, що кожен витрачений долар генерує соціальну цінність у розмірі п'яти доларів. SROI - це вимірювання цінності, а не просто грошей.

Аналіз SROI включає два основних типи підходів (рис. 2.7) [34]:

1. Прогностичний. Цей тип аналізу передбачає проведення до початку програми або діяльності. Він служить інструментом прогнозування для визначення очікуваної кількості суспільної цінності, яка може бути створена з урахуванням очікуваних результатів. Прогностичний аналіз є найбільш корисним на етапі планування програм чи діяльностей, оскільки він спонукає організації створити необхідну інфраструктуру для адекватного вимірювання змін і визначення оптимального використання ресурсів для досягнення максимального впливу.

2. Оцінювальний. Цей тип аналізу проводиться після завершення програми або діяльності, коли вже є результати, які слід виміряти. Іншими словами, відбувається оцінка впливу програми на зміни. Цей підхід особливо корисний, коли організація має належні дані щодо результатів або, принаймні, вже веде відстеження соціальної цінності поточних програм чи заходів. Оцінювальний підхід вимагає наявності даних про якісні результати і дозволяє оцінити повний спектр впливу вже завершених програм чи діяльностей.

Відповідно до директив кабінету міністрів Великобританії, розроблено сім базових принципів, які лежать в основі впровадження методології оцінки ефективності соціальних інвестицій (SROI).

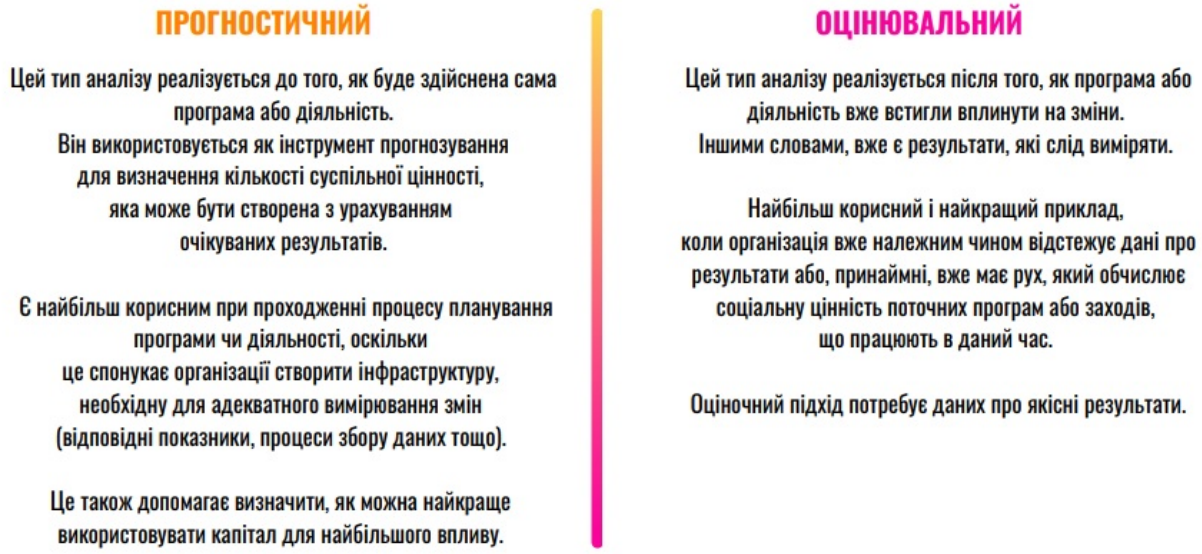

Рис. 2.7. Два типи аналізу SROI

Принципи оцінки ефективності соціальних інвестицій є ключовими для забезпечення прозорості, обґрунтованості та ефективності у сфері соціального підприємництва.

Почнемо з першого принципу - залучення зацікавлених сторін. Визначення осіб чи груп, які відчувають вплив від діяльності соціального підприємства, вкрай важливе для забезпечення адекватної оцінки її ефективності. Цей принцип підкреслює необхідність активної взаємодії з цими зацікавленими сторонами протягом усього процесу, починаючи від визначення їхніх потреб і закінчуючи оцінкою отриманих результатів.

Другий принцип - розуміння змін. Він вказує на необхідність чіткого усвідомлення та документування всіх змін, які відбуваються в результаті діяльності соціального підприємства. Це включає в себе як позитивні, так і негативні зміни, а також ті, які були не передбачені. Важливо враховувати всі аспекти та розрізняти очікувані та неочікувані зміни, щоб отримати повну картину ефективності програми чи проекту.

Третій принцип - оцінка важливих аспектів. Один із ключових принципів оцінки ефективності соціальних інвестицій полягає в правильному визначенні грошової вартості отриманих результатів. Це дозволяє оцінити

результати порівняно між собою, надаючи більш об'єктивну картину впливу діяльності. Оцінка вартості результатів є важливим етапом процесу оцінки соціальних інвестицій, адже вона дозволяє розуміти, наскільки ефективно використовуються ресурси та які конкретні соціальні цінності створюються.

Четвертий принцип - включення лише матеріальних аспектів. Необхідно включати у звіт про соціальні інвестиції лише ту інформацію, яка має реальний матеріальний вплив на результати діяльності підприємства. Важливо враховувати, які конкретні аспекти діяльності впливають на зацікавлені сторони, тобто тих, хто безпосередньо відчуває наслідки цієї діяльності. Якщо певна інформація може вплинути на рішення зацікавлених сторін, вона має бути включена у звіт, що збільшує його достовірність та довіру до організації, що проводить оцінку.

П’ятий принцип - уникайте зайвого. Прозорість у процесі обліку соціального впливу є ключовою для досягнення надійності та об'єктивності результатів оцінки. При дотриманні цього принципу організації мають докладати зусиль для чіткого визначення того, який вплив мала б їхня діяльність, а також враховувати внесок інших організацій у досягнуті результати. Детальне вивчення цих аспектів дозволяє уникнути зайвих проблем та забезпечує належне інформування зацікавлених сторін про ефективність діяльності організації.

Шостий принцип - забезпечте прозорість. У всіх аспектах процесу оцінки соціального впливу необхідно дотримуватися прозорості. Це означає відкритість у використанні методологій, процедур збору та аналізу даних, а також у спілкуванні з зацікавленими сторонами. Подання чіткої інформації про процес прийняття рішень та взаємодію з різними стейкхолдерами сприяє підвищенню рівня довіри та легітимності оцінки.

Сьомий принцип - перевірка результатів. Зовнішня перевірка результатів оцінки соціального впливу є необхідною для забезпечення надійності та об'єктивності аналізу. Цей процес, який може бути проведений незалежною гарантією, дозволяє переконатися у вірності та достовірності

отриманих результатів. Такий підхід сприяє забезпеченню довіри зацікавлених сторін та дозволяє краще оцінити соціальний вплив діяльності.

Застосування цих принципів дозволить підвищити об'єктивність та достовірність оцінки ефективності соціальних інвестицій та сприятиме раціональному використанню ресурсів для досягнення максимального соціального впливу [33].

Такий підхід до оцінки соціальних інвестицій дозволяє забезпечити більш точну та об'єктивну оцінку їхнього впливу на суспільство та сприяє покращенню якості виконання соціальних програм.

Проведення оцінки ефективності соціальних інвестицій є складним і важливим процесом, який передбачає впровадження шести етапів для отримання найбільш точної та повної інформації (рис. 2.8).

Рис. 2.8. Етапи проведення оцінки ефективності соціальних інвестицій

У цьому контексті першим етапом є встановлення масштабів і визначення ключових зацікавлених сторін. Цей етап вимагає чіткого розуміння та ідентифікації всіх сторін, які залучені до процесу, а також їх ролей на протязі всього аналізу. Визначення конкретних меж аналізу допомагає уникнути непорозумінь та конфліктів у подальшому [30].

Другий етап полягає в позначенні результатів. На цьому етапі підприємства зосереджуються на візуалізації процесу створення змін або визначенні того, які зміни будуть здійснені.

Для досягнення цієї мети зазвичай застосовується створення моделі «Теорія змін», що демонструє взаємозв'язок між вхідними даними, виходами та очікуваними результатами.

Третій етап передбачає підтвердження результатів та їхню оцінку. На цьому етапі визначаються показники результативності, які будуть використовуватися для вимірювання змін, а також тривалість цих результатів. Також проводиться збір та аналіз даних для надання значень отриманим результатам.

Четвертий етап полягає в оцінці впливу здійснених дій. Вплив повинен бути пов'язаний з конкретними діями, що були здійснені, і підприємство повинно продемонструвати, що зміни відбулися саме через проведену діяльність.

П'ятий етап - це розрахунок соціального відношення вартості інвестицій (SROI). На цьому етапі визначається, скільки вартості генерується на кожну одиницю інвестицій, що дозволяє оцінити ефективність вкладених коштів.

Шостий і останній етап - це звітування, використання та впровадження результатів. Звітування перед зацікавленими сторонами дозволяє їм бути в курсі результатів аналізу і приймати відповідні рішення щодо подальшої стратегії. Такий підхід дозволяє забезпечити прозорість і ефективне використання соціальних інвестицій.

Отже, проведення оцінки ефективності соціальних інвестицій є складним та багатоетапним процесом, який вимагає від підприємств систематичної та методичної роботи на всіх етапах аналізу.

Забезпечення об'єктивності та надійності результатів цієї оцінки стає ключовим завданням управління соціальними проектами та програмами, оскільки від цього залежить ефективність та ефективність використання ресурсів [33].

Врахування інтересів всіх зацікавлених сторін, які впливають на результати діяльності, є важливою передумовою успішної реалізації проектів і програм. При цьому необхідно враховувати специфіку кожного проекту та його вплив на соціальні та економічні процеси в громаді.

Такий підхід дозволяє підвищити якість прийнятих управлінських рішень та забезпечити досягнення максимальних результатів в контексті соціального розвитку. Крім того, важливо пам'ятати про необхідність використання доступних методів та інструментів для оцінки ефективності, що дозволяє зробити процес аналізу більш об'єктивним та науково обґрунтованим. Необхідно також пам'ятати про постійне вдосконалення методологій та підходів до оцінки, щоб відповідати змінам у суспільстві та економіці.

2.4. Формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді

Формування стратегії розвитку соціального підприємництва у громаді є важливим аспектом сталого соціально-економічного зростання та вдосконалення соціальної сфери.

Підтримка соціального підприємництва сприяє вирішенню актуальних соціальних та екологічних проблем, покращує якість життя громадян та сприяє створенню стійкого та прогресивного суспільства. Однак, ефективність такої політики залежить від правильного вибору пріоритетів та їхньої інтеграції у загальну стратегію розвитку громади [31].

Першим кроком у формуванні стратегії є підтримка і поширення усвідомлення в суспільстві про роль та значення соціального підприємництва. Це допомагає стимулювати інтерес до цієї форми бізнесу, сприяє підвищенню його ефективності та впливу на соціальний розвиток.

Наступний крок - забезпечити належне нормативно-правове регулювання, що стимулює розвиток соціального підприємництва та гарантує

його стабільність. Доцільною є також ініціатива забезпечення фінансової підтримки та доступу до ринків для соціальних підприємств, що сприятиме їхньому стабільному розвитку та розширенню діяльності.

Крім того, важливо враховувати національні та регіональні стратегічні документи, які визначають пріоритети соціально-економічного розвитку країни та регіону.

Також слід враховувати міжнародні ініціативи та допомогу, яку надають міжнародні організації та донори, що спрямована на підтримку соціального підприємництва в Україні. Інтеграція таких аспектів у формування політики гарантує її ефективність та відповідність потребам та можливостям громади.

Отже, процес формування стратегії розвитку соціального підприємництва є досить складним і багатогранним та вимагає інтегрованого підходу й ретельного врахування різноманітних аспектів. Лише такий глибокий аналіз дозволить створити необхідні умови для успішної реалізації стратегічних цілей соціального підприємництва.

При визначенні пріоритетів у розвитку соціального підприємництва варто враховувати різні рівні управління – державний, регіональний та місцевий. Такий підхід передбачає також аналіз інноваційних моделей соціального підприємництва та їх адаптацію до конкретних умов та потреб громади на основі історичного контексту та досвіду [26].

Залучення суспільства та формування позитивного ставлення до соціального підприємництва є важливою складовою його успішного розвитку. Одним з ключових кроків є включення молоді в цю сферу за допомогою освітніх та просвітницьких програм.

Наприклад, інтеграція соціального підприємництва в освітні програми та створення спеціалізованих ініціатив для молоді сприятиме розвитку їхнього інтересу до цієї сфери та забезпечить появу нового покоління соціальних підприємців.

Далі, інтеграція соціального підприємництва у місцеві та регіональні стратегії розвитку є важливим етапом в його просуванні. У зв'язку з

відсутністю цілісних державних стратегій в Україні, є необхідність у формуванні та затвердженні таких стратегічних документів на місцевому рівні. Це сприятиме створенню сприятливого середовища для розвитку соціального підприємництва та забезпечить його інтеграцію у відповідні сфери діяльності [22].

Формування стратегії розвитку соціального підприємництва є складним та міжсекторним процесом, що потребує врахування різноманітних чинників та інтеграції різноманітних структурних рішень. Лише такий підхід дозволить ефективно використовувати потенціал соціального підприємництва для вирішення складних соціальних та екологічних проблем у суспільстві.

Забезпечення стабільного фінансування для соціальних підприємств є критично важливим аспектом в розвитку соціального підприємництва та досягненні його соціально-економічних цілей.

Державна політика в цьому напрямку має бути направлена на формування сприятливого середовища для фінансової підтримки соціальних підприємств, а також на забезпечення їхнього доступу до ринкових можливостей.

Одним із ключових заходів державної підтримки є залучення соціальних підприємств до публічних закупівель. Це може здійснюватися через різноманітні механізми, такі як соціальне контрактування, гранти або субсидії.

Роль держави є дуже важливою у забезпеченні фінансових ресурсів для соціальних підприємств, оскільки це дозволяє їм здійснювати свою соціальну місію та розширювати вплив на розвиток громад [19].

Однак, фінансування є лише одним аспектом успішного функціонування соціальних підприємств. Їхній розвиток також потребує доступу до різноманітних бізнес-послуг, які враховують специфіку їхньої соціальної місії та економічних потреб.

Надання таких послуг у відповідних місцях та за допомогою наявної бізнес-інфраструктури є важливим елементом підтримки соціального

підприємництва. Це допомагає забезпечити ефективне функціонування соціальних підприємств і сприяє їхньому сталому розвитку.

Підбиваючи підсумок, необхідно зазначити, що для ефективного розвитку соціального підприємництва необхідна комплексна державна підтримка та інших зацікавлених сторін.

Забезпечення стабільного фінансування та доступу до необхідних бізнес-послуг визначається не лише участю у публічних закупівлях, але й активним заохоченням інновацій та підтримкою економічно стійких моделей соціального підприємництва.

Значну увагу слід звернути на можливості отримання онлайн-послуг з розвитку бізнесу, оскільки це відповідає потребам підприємців у зручний час та створює можливості при певних або інші сучасні виклики. Інтеграція цифрових технологій у процес розвитку бізнесу сприяє підвищенню ефективності та доступності послуг для підприємців, забезпечуючи їм необхідну підтримку та інформацію у будь-який зручний для них час [14].

Для підтримки розвитку соціального підприємництва на рівні місцевих громад можна розглянути можливість проведення досліджень сектору соціального підприємництва за участю провідних державних дослідницьких інститутів, наприклад, таких як Національний інститут стратегічних досліджень та інші.

Такий підхід дасть забезпечить можливість отримання обґрунтованих пропозицій щодо ефективного впровадження підходів соціального підприємництва задля розв’язання нагальних соціально-економічних та екологічних проблем у громадах.

Для реалізації такого підходу, важливою є ініціатива щодо визначення орієнтовних заходів по кожному з визначених пріоритетних напрямків розвитку соціального бізнесу у громаді (табл. 2.2).

Підтримка соціального підприємництва на рівні громади має бути направлена на досягнення конкретних стратегічних цілей розвитку та вирішення соціально важливих проблем.

Таблиця 2.2

Основні пріоритетні напрямки розвитку соціального підприємництва на рівні громади

Пріоритети	Заходи
Здійснення промоції соціального підприємництва в суспільстві як інструмента вирішення соціальних та екологічних проблем	сприяння включенню освітнього компоненту «Соціальне підприємництво» в освітні програми на основі Державного стандарту загальної середньої освіти відповідного рівня; сприяння включенню навчального модуля «Соціальне підприємництво» в зміст професійно-технічного навчання; сприяння запровадженню окремої спеціалізації «Соціальне підприємництво» в закладах вищої освіти; інтеграція пріоритетів та заходів з розвитку соціального підприємництва в прогнозні та програмні документи соціально-економічного розвитку територіальних громад; включення ініціатив з розвитку соціального підприємництва до цільових програм підтримки молоді; започаткування місцевої номінації «Кращий соціальний підприємець року»; популяризація кращих практик розвитку соціального підприємництва та соціальних підприємців регіональними засобами Національної суспільної телерадіокомпанії України; відзначення Міжнародного дня соціальних підприємств (третій четвер листопада в рамках Міжнародного тижня підприємництва).
Розбудова нормативно-правового поля для розвитку соціального підприємництва на місцевому рівні	інтеграція складника «Розвиток соціального підприємництва» до Стратегії розвитку громади; інтеграція складника «Розвиток соціального підприємництва» до місцевої програми розвитку малого та середнього підприємництва;
Забезпечення доступу до стабільного фінансування для соціальних підприємств	інтеграція до регіональних та місцевих програм розвитку малого та середнього підприємництва/соціального підприємництва компенсаторних фінансових механізмів для проєктів соціальних підприємств (повна або часткова компенсація тіла кредиту та/чи процентної ставки, гарантування застави, компенсація орендної ставки тощо); забезпечення фінансування проєктів соціального підприємництва» в рамках місцевих програм громадського бюджету/бюджету участі.
Забезпечення доступу до ринків для соціальних підприємств	залучення соціальних підприємств до виконання соціального замовлення відповідно до Закону України «Про соціальні послуги».
Надання бізнес-послуг із розвитку соціального бізнесу	запровадження індивідуального навчання та консультаційної підтримки соціальних підприємців із використанням можливостей онлайн-платформи «Дія. Бізнес».

Отже, для реалізації основних пріоритетних напрямків розвитку соціального підприємництва органи місцевого самоврядування можуть реалізовувати наступні заходи [10]:

- розробка цільових програм, направлених на підтримку соціального підприємництва;

- сприяння та визначення основних критеріїв залучення грантів на стимулювання розвитку соціальних підприємств;

- просування ідей соціального підприємництва серед мешканців громади;

- організація навчання для формування навичок ведення соціального бізнесу та консультування соціальних підприємців;

- використання дієвих фінансових інструментів для всебічної підтримки соціального підприємництва за рахунок муніципальних замовлень, створення та залучення цільових фондів підтримки соціальних чи екологічних стартапів тощо).

Як показує аналіз, місцеві органи самоврядування переважно підтримують соціальне підприємництво шляхом запровадження різноманітних програм для підтримки малого та середнього бізнесу. Ця підтримка може включати [6]:

- діяльність консалтингових центрів, які надають допомогу як початківцям, так і діючим підприємствам;

- компенсацію відсоткових ставок за отриманими кредитами на підприємницьку дфяльність;

- застосування механізму «маркетингових ваучерів», сутність якого у відшкодуванні 50% вартості участі у різних виставках;

- здійснення соціального замовлення та проведення публічних закупівель;

- передача в оренду громадським організаціям приміщень на пільгових умовах.

Ці заходи можуть бути використані місцевими органами самоврядування та представниками бізнесу для мобілізації громади та забезпечення її соціального та економічного розвитку. Інтеграція таких заходів у стратегічні плани та програми розвитку громад може сприяти підвищенню ефективності соціального підприємництва та створенню сприятливих умов для його розвитку на місцевому рівні.

Для впровадження та сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні необхідно приділити особливу увагу створенню та реалізації національних стратегій, що визначатимуть шляхи спільної дії для всіх відповідальних сторін, таких як підприємці, громадські організації та держава. Це важливий крок у формуванні стійкого та ефективного екосистеми соціального підприємництва, яка здатна вирішувати нагальні соціальні та екологічні проблеми.

Одним із важливих аспектів такої стратегії є розробка та впровадження нормативно-правового поля, яке сприятиме розвитку соціального підприємництва. Це передбачає створення правових механізмів для реєстрації та функціонування соціальних підприємств, забезпечення їх правового статусу та регулювання їх діяльності [3].

До того ж, для успішного функціонування соціальних підприємств необхідно забезпечити стабільне фінансування. Держава має відігравати активну роль у цьому напрямку, надаючи доступ до різноманітних джерел фінансування, таких як гранти, субсидії, дешеві кредити тощо. Податкові пільги та інші преференційні умови також можуть стимулювати розвиток соціального підприємництва та сприяти його стабільності.

Крім того, дослідження у сфері соціального підприємництва є актуальними для збільшення розуміння розвитку цього сектору та розробки ефективних стратегій підтримки. Наукові дослідження можуть допомогти ідентифікувати ключові тенденції, визначити найбільш ефективні моделі бізнесу та впровадити нові ідеї та інновації для розвитку соціального підприємництва [10].

Отже, створення національних стратегій та комплексна державна підтримка соціального підприємництва є важливими кроками для забезпечення його сталого розвитку та впливу на соціально-економічний розвиток країни. Формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді є складним та багатофункціональним процесом, що повинен ґрунтуватися на принципах комплексного підходу з урахуванням всебічних аспектів.

Початковим етапом у формуванні стратегії є аналіз поточного стану соціального підприємництва в громаді. Це включає вивчення кількості та видів соціальних підприємств, їхнього обсягу діяльності, а також основних сфер впливу на місцеве співтовариство. Детальний аналіз дозволяє ідентифікувати потреби та можливості розвитку соціального підприємництва в громаді.

Після аналізу обов’язково визначаються стратегічні цілі та завдання, які формуватимуть напрямок подальшого розвитку соціального підприємництва. Це можуть бути, наприклад, збільшення кількості соціальних підприємств у громаді, підвищення їхнього впливу на розв'язання конкретних соціальних проблем або розширення асортименту послуг. Далі, необхідно розробити конкретні стратегії та заходи для досягнення поставлених цілей. Це може включати в себе створення сприятливого нормативно-правової бази для розвитку соціального підприємництва, надання фінансової підтримки через гранти або субсидії, підвищення обізнаності та популяризацію соціального підприємництва серед місцевого населення [9].

Крім того, важливо врахувати потреби та інтереси місцевих стейкхолдерів, таких як місцева влада, бізнес-спільнота, громадські організації та населення громади. Залучення всіх зацікавлених сторін до процесу формування стратегії сприятиме її ефективному впровадженню та досягненню позитивних результатів. Формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді вимагає системного підходу та врахування всіх аспектів, що впливають на його успішність. Одним із ключових елементів є

створення сприятливих умов для розвитку соціального підприємництва через забезпечення доступу до ресурсів та підтримки з боку влади та громадськості.

Наприклад, створення фінансових механізмів підтримки, таких як гранти або кредити за спеціальними умовами для соціальних підприємств, може значно сприяти їхньому розвитку та зростанню. Крім того, створення програм освіти та консультацій для соціальних підприємців допомагатиме підвищити їхню ефективність та конкурентоспроможність на ринку [13].

Не менш важливою є інтеграція соціального підприємництва в загальну економічну стратегію розвитку громади. Це означає забезпечення взаємодії з іншими секторами економіки, розвиток партнерських відносин та співпраці з місцевими підприємствами та установами. Успішна стратегія розвитку соціального підприємництва також передбачає врахування конкретних потреб та особливостей громади. Кожна громада має свої унікальні характеристики, тому важливо адаптувати стратегію розвитку соціального підприємництва до конкретних умов та можливостей, що існують у даній громаді.

Загалом, формування стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді є складним та багатогранним процесом, що вимагає ретельного аналізу, планування та взаємодії всіх зацікавлених сторін. Однак успішне впровадження такої стратегії може значно сприяти соціальному та економічному розвитку громади, підвищуючи якість життя її мешканців та створюючи стійкість до викликів сучасного світу.

Висновки до розділу 2

Другий розділ кваліфікаційної роботи присвячено аналізу еволюції соціального підприємництва, визначення його ролі та впливу на розвиток громади. Основні висновки, що допомагають розкрити значення та ефективність соціального підприємництва у сучасному контексті, наведено нижче.

Спостерігається збільшення кількості успішних соціальних підприємств, які функціонують на території Івано-Франківської міської територіальної громади. Деякі з цих підприємств стали відомими на усій території України та служать прикладом для наслідування для соціальних підприємців із різних регіонів країни.

Аналізуючи поточний стан розвитку соціального підприємництва в міській територіальній громаді Івано-Франківська, зроблено акцент на трьох ключових аспектах, що визначають його динаміку: екосистема для розвитку соціального підприємництва у громаді, діючі соціальні підприємства, ключові інституції та особи, зацікавлені у подальшому розвитку соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво завдає значного впливу на розвиток громади, забезпечуючи вирішення різних соціальних проблем та підвищення якості життя її членів, завдяки позитивному впливу на розвиток економіки громади, створюючи нові робочі місця.

Існують різноманітні інструменти оцінки соціального впливу, які можуть використовуватися для самооцінки соціальними підприємцями так і з залученням сторонніх експертів. Метод SROI - ефективність соціальних інвестицій, визнано одним з найефективніших інструментів для вимірювання соціального впливу.

Створення національних стратегій та комплексна державна підтримка соціального підприємництва є важливими кроками для забезпечення його сталого розвитку та впливу на соціально-економічний розвиток країни. Врахування інтересів всіх зацікавлених сторін, які впливають на результати діяльності, є важливою передумовою успішної реалізації проектів і програм. При цьому необхідно враховувати специфіку кожного проекту та його вплив на соціальні та економічні процеси в громаді.

Розробка стратегії розвитку соціального підприємництва в громаді є складним та багатофункціональним процесом, що повинен ґрунтуватися на принципах комплексного підходу з урахуванням всебічних аспектів.

ВИСНОВКИ

Основні результати дослідження полягають в наступному.

1. Поняття «соціальне підприємництво» не має чіткого універсального визначення. Визначити цю різнобічну сферу громадської діяльності та інтерпретувати весь спектр його значень досить складно. У світлі різноманітних підходів до концептуалізації соціального підприємництва та сприяння соціальній місії, уточнено поняття соціального підприємництва як складного феномену, що передбачає систематичну економічну активність, спрямовану на вирішення соціальних проблем інноваційними методами.

Виділяють чотири основні підходи до розуміння соціального підприємництва: широкий, інноваційний, комбінований та проблемно-орієнтований. Кожен з цих підходів має свої особливості та спрямований на досягнення соціальної мети.

2. Визначають дев'ять бізнес-моделей соціальних підприємств (за Грассі). Аналіз слід розпочинати з ідентифікації трьох ключових факторів, що визначають будь-який соціальний бізнес: місією, типом інтеграції та цільовою аудиторією. Подальший аналіз полягає у вивченні способів взаємодії цих трьох факторів з традиційними категоріями бізнесу (комерційною, некомерційною та гібридною), з метою формування дев'яти конкретних модельних типів соціального бізнесу, які може обрати кожне соціальне підприємство.

3. Соціальне підприємництво відіграє ключову роль у розвитку територіальних громад, створюючи позитивні соціальні та економічні впливи на їхнє життя, а саме: стимулювання економічного розвитку за рахунок створення нових робочих місць для соціально вразливих верств населення, сприяють розвитку малого та середнього бізнесу в громаді; здатні ефективно вирішувати конкретні соціальні проблеми, зокрема у сфері освіти, охорони здоров'я, підтримки молоді та населення похилого віку; сприяють

формуванню спільності та підтримці громадських ініціатив; впроваджують інноваційні підходи та практики у свою діяльність, спрямовані на розв'язання соціальних проблем, розвиваються на основі принципів сталого розвитку та екологічної відповідальності; сприяють розвитку взаємовигідних відносин між бізнесом та громадою.

Все це сприяє ефективному вирішенню соціальних проблем та досягненню загальних цілей розвитку громади.

4. Аналіз показав стійке збільшення кількості успішних соціальних підприємств, що діють на території Івано-Франківської громади. Деякі з цих підприємств стали відомими на усій території України та служать прикладом для наслідування для соціальних підприємців із різних регіонів країни.

Аналізуючи поточний стан розвитку соціального підприємництва в міській територіальній громаді Івано-Франківська, зроблено акцент на трьох ключових аспектах, що визначають його динаміку: екосистема для розвитку соціального підприємництва у громаді, діючі соціальні підприємства, ключові інституції та особи, зацікавлені у подальшому розвитку соціального підприємництва.

5. Соціальне підприємництво виявляє значний вплив на розвиток громади, сприяючи вирішенню актуальних соціально-економічних проблем, розвитку економіки громади, створюючи нові робочі місця та підтримуючи місцеві підприємства та постачальників.

Враховуючи специфіку соціального підприємництва, для територіальних громад відкривається ряд переваг: можливість часткового або повного вирішення проблеми інтеграції соціально незахищених верств населення, насамперед через працевлаштування людей з обмеженими можливостями, малозабезпечених, пенсіонерів та інших; можливість перебудови та удосконалення різних видів державних соціальних послуг або надання інших сервісних послуг, які не цікавлять звичайний бізнес, але є потрібними суспільству; зменшення фінансового навантаження на бюджети громад та можливість їх наповнення через сплату податків соціальними

підприємствами; формування соціального капіталу та забезпечення розвитку різних соціально-економічних просторових категорій.

6. Існують різноманітні методики оцінки соціального впливу, які можуть проводитися як із залученням сторонніх експертів для проведення оцінки, так і шляхом самооцінки. Найбільш ефективним інструментом є метод SROI, що застосовується для оцінки ефективності соціальних інвестицій.

Аналіз SROI включає два основних типи підходів: прогностичний, який передбачає проведення до початку програми або діяльності і служить інструментом прогнозування для визначення очікуваної кількості суспільної цінності, яка може бути створена з урахуванням очікуваних результатів та оцінювальний, який проводиться після завершення програми або діяльності, коли вже є результати, які слід виміряти.

7. Формування стратегії розвитку соціального підприємництва у громаді є одним із важливих аспектів сталого соціально-економічного зростання та вдосконалення соціальної сфери. Успішність стратегії розвитку соціального підприємництва визначається врахуванням конкретних потреб та особливостей громади. Визначені ключові напрямки та пріоритети розвитку соціального підприємництва на рівні громади, а саме: сприяння впровадженню та популяризації соціального підприємництва як одного з найефективніших засобів вирішення соціальних-економічних та екологічних проблем; формування та удосконалення нормативно-правового середовища на місцевому рівні для сприяння розвитку соціальних підприємств; стабільне фінансування соціальних підприємств як основа їх сталого розвитку; забезпечення доступу соціальних підприємств до ринків збуту продукції; впровадження заходів щодо підтримки розвитку соціального бізнесу та надання бізнес-послуг у сфері навчання тощо.

Ці стратегічні напрямки направлені на створення сприятливих умов для розширення впливу соціального підприємництва на соціально-економічний розвиток громади та підвищення ефективності його діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ачкасова О.В. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. - 2022. – Вип.3. – С. 57-64.

2. Березяк І.І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: зб. наук. пр. – Острог: Вид-во НУ «Острозька академія». 2014, Випуск 25. С. 31–36.

3. Біла І. С., Шевченко О. О. Соціальне підприємництво – сучасний тренд економічного розвитку. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. - 2021. - Том 6. Вип. 1. - С. 28-33.

4. Бортнік Т. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення суспільних проблем в контексті цілей сталого розвитку України. Економічний форум. – 2022. – С. 101-111.

5. Босак І.П. Соціальне підприємництво: основні ознаки та особливості розвитку. Наукові записки Української академії друкарства. - 2017. - № 1. - С. 99-104.

6. Гаранчевська І., Кривов'язюк І. Стратегічні напрями розвитку соціального підприємництва в Україні. Економіка та управління підприємствами. – 2018. - № 2(64). – 41-47.

7. Горішна Н. М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії / Н. М. Горішна // Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Педагогіка. Соціальна робота / гол. ред. І.В. Козубовська. – Ужгород : Говерла, 2016. – Вип. 2 (39). – С. 58-61.

8. Децентралізація і формування політики регіонального розвитку в Україні : наукова доповідь / О.В. Шевченко та ін. ; за наук. ред. Я.А. Жаліла. Київ : НІСД, 2020. 153 с.

9. Дюк А.А. Соціальне підприємництво як інноваційна форма організації бізнесу. Modern economics. - 2019. - № 17. - С. 86-93.

10. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. Бізнес Інформ. - 2020. - № 11. - С. 177–184.

11. Ігнатович Н., Гура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Економіка. 2014, №12 (165). С.22–25.

12. Кацьора О. В. Ефективні моделі соціального підприємництва. 2018. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/26246/1/Microsoft%20Word%2__.doc.pdf

13. Кірєєва О. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики. 2011. URL: http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02%286%29/11kob dsp.pdf

14. Кифяк В. І., Малиш Л. Б. Соціальне підприємництво: проблеми та перспективи. 2020. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-5_0-pages-275_280.pdf

15. Кот Л. До питання про природу і сутність соціального підприємництва. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Економіка. 2014, №12 (165). С.25–30.

16. Литвин Л. Соціальне підприємництво: сутність та особливості становлення в Україні. Україна Європа Світ. Міжнародний збірник наукових праць. Серія: Історія, міжнародні відносини. - 2018. - Вип. 21. - С. 86-88.

17. Лункіна Т. І. Соціальне підприємництво в Україні як сучасний тренд розвитку: особливості, фінансові аспекти. Інфраструктура ринку. - 2020. – Вип. 39. - С. 297-303.

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

19. Мокій А.І., Дацко А.І. Розвиток соціального підприємництва у контексті зміцнення економічної безпеки депресивних територій. Вісник

Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2014. - Вип. 1. - С. 155-166.

20. Назарук В. П’ять парадоксів соціального підприємництва. 2013. URL: http://gurt.org.ua/blogs/ Василь%20Назарук/1288/bull

21. Осипова С.К., Носирєв О.О. Соціальне підприємництво в управлінні регіональним економічним розвитком. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 1. С. 122–128. URL: http://www.investplan.com. ua/?op=1&z=7293&i=18

22. Попович Д.В., Баранова М.С.Б. Соціальне підприємництво як перспективний інструмент вирішення проблем сучасного суспільства. Молодий вчений. 2017. № 5. С. 701–705. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ molv_2017_5_158

23. Програма розвитку соціального підприємництва Вінницької міської ОТГ на 2020-2022 р. URL: https://www. vmr.gov.ua/ContentLibrary/b5ae2f52-4d95-4717-a301-c3132844360e/1149/%D0%9F%D1%80%D0%BEB2013.03.pdf.

24. Програма розвитку соціального підприємництва в Івано-Франківській міській територіальній громаді на 2021-2023 рр. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/SocialEntrepreneushipDevProg-IF.pdf

25. Проект Закону про соціальні підприємства № 2710 від 23.04.2015 URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/ zweb2/webproc4_1?pf3511=54903.

26. Розвиток соціального підприємництва в Україні. Біла книга / за заг. ред. В. Кокотя. Київ, 2020. 98 с.

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

28. Смаглій К. Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. - Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2014. - 207 с.

29. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз EU4YOUTH- розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в

Молдові та Україні : аналітичний звіт / за ред. І.С. Каменко. 2020. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/202011/Legal%20report%20in%20 Ukraine_Ukrainian_0.pdf

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

31. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201310_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini_spilnota_svb.pdf

32. Удодова В.І., Шаповал В.І. Дослідження досвіду функціонування національних моделей соціального підприємництва. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2013, №1042. С.105–108.

33. Фітель О.І. Роль соціального підприємництва у забезпеченні спроможності територіальних громад. Економіка та управління підприємствами. 2017. Вип. 2(124). С. 96–99.

34. Чуйко О., Шкуро В. Єколого орієнтоване соціальне підприємництво в громаді. Навчально-методичний посібник. Київ, 2020. https://zelena.org.ua/sites/default/files/ekologo_oriyentovane_pidpryemnyctvo.pdf.

35. Шаульська Л.В., Кабаченко Г.С. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці. Економіка і організація управління. 2016. № 2(22). С. 300–309.

36. Школяр М.В. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем. Науковий вісник НЛТУ України. - 2017. - № 27 (2). - С. 85-89.

37. Шоля Р.І. Соціальне підприємництво в Україні як тренд економічного розвитку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2019. - Вип. - 26 (2). - С. 121-125.

38. Юрченко О.А. Свирида О.А. Соціальні підприємства в Україні: стан та проблеми розвитку. Цифрова економіка та економічна безпека. Випуск 3(03) 2022. – С. 74-78.

39. Bohdan Androshchuk, Artem Kornetskyy. Sozialunternehmertum: Ein effektives Instrument zur Bewältigung sozialer Herausforderungen in der Ukraine? Ukraine-Analysen. 2018. № 210. P. 17–21. URL: https://www.laender-analysen.de/ukraine/pdf/UkraineAnalysen210.pdf

40. Dees J.G. Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought / J.G. Dees, B.B. Anderson // ARNOVA Occasional Paper Series. – 2006. – Vol. 1.– Issue 3. – P. 1–28.

41. Dees J.G. Enterprising nonprofits / J.G. Dees // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76.– Issue 1. – P. 55–66