

шифр NoSugar

ЗМІСТ

Вступ	3
1. Теоретичні засади функціонування соціальних підприємств	5
2. Моніторинг розвитку соціальних підприємств: вітчизняні та зарубіжні тенденції	12
3. Дорожня карта розвитку соціального підприємства через реалізацію авторського проекту NoSugar	18
Висновки	23
Список використаних джерел	25
Додатки	28

Актуальність теми. Різновекторність проявів трендів суспільного розвитку визначають необхідність врахування соціальної компоненти його подальшої трансформації. Соціальна компонента є базовою складовою концепції сталого розвитку, яка, в свою чергу, визнана ключовою ідеологією XXI століття.

Об'єктивна необхідність встановлення балансу між задоволенням поточних суспільних потреб із автоматичним охопленням суспільними благами усіх інституційних одиниць економічної системи та захистом суспільних інтересів у майбутньому, виступає науковою прагматикою потреби у ґрунтовних наукових дослідженнях соціального підприємництва, яке значною мірою розширює потенційні можливості щодо висхідного розвитку суспільства. Враховуючи те, що для успішного функціонування соціального підприємництва необхідні раціонально побудовані економічні та управлінські механізми, існує прагматика необхідності дослідження передумов створення та варіантів розвитку соціальних підприємств для виконання ними соціальної місії.

Феномен соціального підприємництва у вітчизняній економічній системі розглянуто не достатньо, що визначає потребу у вивченні економічних та загалом суспільних передумов становлення та активізації розвитку соціального підприємництва.

Метою наукової роботи є компаративний аналіз інституту соціального підприємництва через зріз передумов його становлення та розвитку, а також обґрунтування ролі соціального підприємства у вирішенні соціальних проблем на прикладі авторського проекту NoSugar.

Завданнями наукової роботи є:

- дослідження теоретичного базису та інструментального забезпечення діяльності соціальних підприємств;
- вивчення передумов становлення та сучасних реалій розвитку соціальних підприємств в Україні та світі;

- обґрунтування доцільності створення та дорожньої карти розвитку соціального підприємства NoSugar.

Об'єктом дослідження є соціальне підприємство, предметом наукової роботи – парадигма формування і розвитку соціального підприємства як форми господарської діяльності в напрямку вирішення суспільних проблем.

Методи дослідження. Для досягнення визначеної мети і завдань у роботі було використано загальнонаукові і спеціальні методи дослідження: абстрактно-логічний метод, системний підхід, методи аналізу і синтезу, соціологічний, математичний, графічний.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у теоретико-методичному обґрунтуванні та практичному вирішенні комплексу питань, пов'язаних з соціальним підприємництвом як організаційної форми бізнесу для вирішення суспільних проблем.

Апробація результатів наукової роботи. Основні висновки та положення наукової роботи доповідалися й обговорювалися на III Міжнародній науково-практичній конференції студентів та молодих «Актуальні проблеми економіки, підприємництва та управління на сучасному етапі» (м. Тернопіль, 15 листопада 2018 р.), а авторський проект NoSugar пройшов у фінал міжнародного конкурсу Social Impact Award Ukraine 2018.

1. Теоретичні засади функціонування соціальних підприємств

Широкої популярності набуває ідея вирішувати соціальні проблеми підприємницькими методами, адже це допомагає знаходити ефективні альтернативні рішення у час складного економічного розвитку. Тому не дивно, що еволюцією бізнесу та революцією для неприбуткової діяльності дедалі частіше називають соціальне підприємництво. Це явище дозволяє неприбутковим організаціям забезпечувати себе ресурсами для функціонування. Соціальне підприємництво не відкидає прибутковості, проте пріоритетом тут є не прибуток, а вирішення соціальних проблем або створення соціальної цінності для допомоги суспільству.

Проблематика соціального підприємництва стала предметом наукових досліджень ще з 90-х років ХХ століття, однак на цьогочасному етапі розвитку суспільних відносин її інтерпретують відповідно до різних підходів: широкого, комбінованого, інноваційного та проблемно-орієнтованого (див. табл. 1).

Відповідно до логіки широкого підходу, до соціального підприємництва можна віднести будь-яку діяльність, яка має соціальний ефект. Комбінований підхід, розглядається в певному дуалізмі, тому його ще називають комерційно-соціальним підходом до визначення соціального підприємництва. Інноваційний підхід, з одного боку, суттєво обмежує сферу соціального підприємництва, адже не всі бізнес-структури впроваджують інновації в соціальній відповідальності своєї діяльності, але з іншого боку, за рахунок діяльності неприбуткових організацій та державних соціальних установ, які розробляють та реалізують інновації, підхід розширює соціальне підприємництво. Частово проблемно-орієнтований підхід можна розглядати як різновид широкого підходу, проте він обмежує як сферу соціального підприємництва, так і потенційних споживачів його продукції чи послуг. Всі ці підходи в загальному акцентують увагу на соціальній меті діяльності підприємництва, проте основною їх відмінністю є масштаб охопленої сфери.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «соціальне підприємництво»

Назва підходу	Представники	Суть
Широкий	Е. Шоу, Дж. Вірварден, Г. Морт, А. Фоулер, Центр поліпшення соціального підприємництва	Соціальне підприємництво в кінцевому результаті передбачає досягнення соціальної мети. Під соціальним підприємництвом розуміється діяльність державних соціальних організацій, традиційних бізнес-організацій, які завжди мають соціальну складову, недержавних неприбуткових організацій
Комбінований	А. Макмілан, Дж. Робінсон, Я. Рогалін	Соціальне підприємництво – це діяльність, що орієнтована на досягнення не лише соціальних, але й комерційних результатів. Тобто представники підходу вважають, що це вужча сфера діяльності, яка передбачає наявність бізнес-складової
Інноваційний	Дж. Мейр, Е. Нобоа, Е. Остін, Дж. Вей-Скіллерн, Х. Стівенсон, Ф. Перріні, С. Вурро	Ставиться наголос на інноваційній складовій підприємницької діяльності та на використанні інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Також у даному підході не розглядають соціальне підприємництво у розрізі неприбуткових організацій та державних соціальних установ, які не впроваджують інновації
Проблемно-орієнтований	К. Лідбітер, Фонд Шваба	Відносять до соціального підприємництва таку діяльність, соціальні результати якої спрямовані на певну соціальну групу або проблему

Складено самостійно

Поняття соціального підприємництва розглядають під призмою багатьох визначень. Частина науковців вважають, що соціальне підприємництво є бізнесом, прибуток якого, перш за все, реінвестується на досягнення соціальних цілей, тобто метою його максимізації не є збільшення дивідендів акціонерів або власників. Інші вчені вважають, що соціальні підприємства є своєрідними гібридами, що комбінують свою комерційну діяльність із соціальними цінностями. Третя група учених пропонують розглядати соціальне підприємство як торгівельну організацію, яка займається продажем товарів або послуг, і особлива, контролюється громадськістю та мають комбінований результат - соціальний та економічний.

Отже, соціальні підприємства створюються для реалізації суспільних змін шляхом підприємницького вирішення соціальних проблем і ліквідації провалів ринку.

Не зважаючи на існуючу множину характеристик соціального підприємництва, основним організаційним базисом його діяльності є наступні принципи (рис.1).

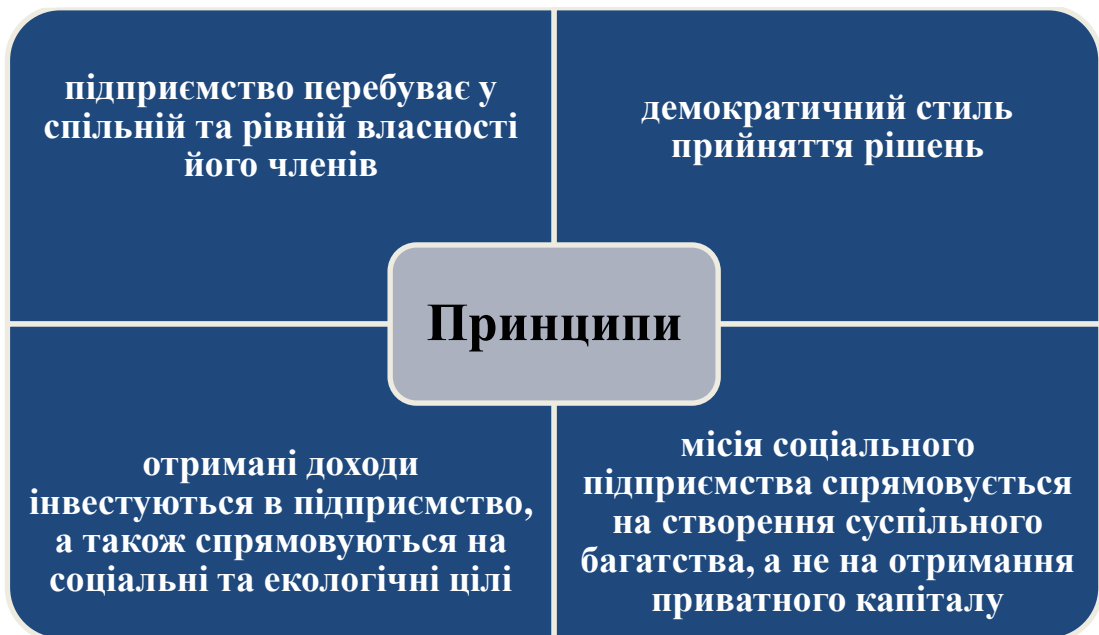


Рис. 1 Принципи функціонування соціального підприємництва

Складено самостійно

Для задоволення суспільних запитів і створення суспільних благ у своїй діяльності соціальні підприємства, аналогічно до комерційних, використовують стратегічне планування, інновації, маркетингові підходи. Особливий акцент робиться на громадському управлінні і суспільному характері створюваних благ. Соціальне підприємництво, як правило, розвивається в тих сегментах, яким держава, з яких-небудь причин, не в силах приділити належної уваги. При цьому існує тісний зв'язок між державним фінансуванням соціальних проектів бізнесу і реалізацією їх соціальним підприємництвом. Важливо відзначити, що соціальні підприємці формують бізнес-модель з унікальними характеристиками, коли прибуток, як результуюча складова, виражається через екстенсивні та інтенсивні параметри досягнутого соціального ефекту.

Соціальне підприємництво, види діяльності, що йому відповідають, відрізняються від звичайного підприємництва. Значною мірою, різниця полягає в тому, що соціальне підприємництво на відміну від звичайного, спрямовує свої цілі у напрямку соціальних змін та вирішення суспільних проблем.

До характерних рис соціального підприємництва, множина яких створює специфіку їх функціонування, нами віднесено наступні особливості:

- наявність соціально-орієнтованої мети чи місії, орієнтація на соціальні зміни, вирішення соціальних проблем;
- пошук перспектив і бачення «провалів» ринку;
- дуалізм діяльності, що приносить дохід і задовольняє соціальні запити.

Організація соціального підприємництва характеризується тим, що комбінує комерційні і некомерційні форми діяльності, причому існує певне поле вибору тієї чи іншої організаційної форми. Підприємець обирає організаційно-правову форму, спираючись виключно на відповідність її переваг завданням організації і наявним ресурсам. Якщо некомерційна організація, займаючись комерційною діяльністю, вирішує з її допомогою соціальну проблему і якщо дана комерційна діяльність відповідає перерахованим вище критеріям, така діяльність повністю підлягає визначенню її як соціального підприємництва.

На сьогодні практикуються три організаційні моделі соціального підприємництва:

1. Некомерційне соціальне підприємство як неприбуткова організація, яка пропонує соціальні нововведення, які не пропонуються ринком чи державними інституціями. При цьому існує залежність від зовнішнього філантропічного фінансування.

2. Некомерційна організація, яка створена з наміром вирішити соціальну проблему, розширити соціальну діяльність та охопити соціальним продуктом максимальну кількість людей, які цього потребують. Підприємець шукає інвесторів, які зацікавлені у поєднанні фінансової та соціальної віддачі від своїх інвестицій.

3. Гібридне соціальне підприємство, як неприбуткова організація, яка передбачає створення декількох юридичних осіб для розподілу заробітку та благодійних витрат в оптимальній кількості.

Організаційним базисом діяльності соціального підприємства є наступні принципи:

- підприємство перебуває у спільній та рівній власності його членів;
- демократичний стиль прийняття рішень;
- отримані доходи інвестуються в підприємство, а також спрямовуються на соціальні та екологічні цілі;
- місія соціального підприємства спрямовується на створення суспільного багатства, а не на отримання приватного капіталу. У цьому аспекті суспільне багатство можна визначити як результати, отримані суспільством внаслідок задоволення його запитів.

Основною відмінністю соціального підприємства від суто благодійної організації є те, що для власної діяльності воно використовує бізнесову модель управління, враховує закони бізнесу та націлюється на отримання прибутку. Принциповою відмінністю соціального підприємства від феномену соціальної відповідальності бізнесу є добровільність застосування останньої для вирішення соціальних проблем та вирішення соціальних запитів суспільства за допомогою комерційних підходів, а метою впровадження підприємствами соціальної відповідальності є отримання позитивного іміджу та залучення більшої кількості стейкхолдерів. Наприклад, перукарня, яка вирішила стати соціально відповідальною, може регулярно надавати безоплатні послуги для певних верств населення та організувати інші проекти для громади, однак основна мета її діяльності – в отриманні прибутку, а не вирішенні проблем певних груп населення. Соціальна перукарня насамперед створюється для вирішення конкретної соціальної проблеми, це прописується в її статутних документах, тобто надання перукарських послуг буде інструментом отримання прибутку, який спрямовуватиметься для вирішення соціальних цілей. У цьому

ж напрямку варіантом створення соціального підприємства – перукарні, може бути її створення для працевлаштування людей з особливими потребами.

Таким чином, метою соціального підприємництва є:

- зміна існуючого небажаного соціального стану на більш бажаний
- вирішення соціальної проблеми через досягнення потрібного результату – соціально-еколого-економічного ефекту. При цьому економічна ефективність виражається у незалежності і прибутковості, соціальна ефективність – у досягненні соціальних результатів, підтримці місцевої спільноти, екологічна ефективність – у застосуванні екологічних матеріалів, програм енерго- та ресурсозбереження; екології праці.

Основними видами функціонування соціального бізнесу є виробництво товарів і надання соціально значущих робіт і послуг. Наприклад, виробництво соціально значимих товарів: створення дитячих майданчиків та реабілітаційного обладнання. Виробництво товарів загального користування: виготовлення продуктів харчування, одягу, меблів, народних промислів та ін.

Соціальний ефект від діяльності соціального підприємства здійснюється за рахунок:

- залучення цільових груп до виробництва товарів чи надання послуг (розв’язання проблем ресоціалізації, адаптації, працевлаштування тощо);
- надання якісних послуг та товарів представникам цільової групи на пільгових умовах;
- спрямування доходів від підприємницької діяльності на підтримку певної соціальної місії;
- застосування інноваційних підходів до розв’язання соціальних проблем;
- залучення суспільства до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об’єднання громад навколо вирішення соціальних проблем;
- більш ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем;

– зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем, що особливо актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів.

Очевидно, що держава, як інституція в соціально-орієнтованій ринковій економіці, має бути зацікавлена у створенні та розвитку соціального підприємництва, яке не лише вирішуватиме соціальну місію, а й забезпечить створення доданої вартості в макроекономічному вимірі, адже обов'язком держави є вирішення лівової частини соціальних проблем і забезпечення економічного зростання. Це актуалізує необхідність створення якісної інституційної бази для становлення соціального підприємництва.

Таким чином, метою функціонування соціального підприємництва є допомога суспільству шляхом використання соціальних можливостей для вирішення соціальних проблем. Для реалізації цієї мети, основними завданнями соціальних організацій є:

- вирішення соціальної проблеми, яку впродовж певного часу не вирішили через обмежений доступ певної цільової групи до фінансових та політичних ресурсів для її розв'язання;
- розробка та впровадження інноваційного механізму вирішення соціальної проблеми, який порушує усталений, але не справедливий стан речей;
- вивільнення ресурсів для цільової групи, що передбачає краще майбутнє не тільки для окремих індивідів, але й для суспільства в цілому.

2. Моніторинг розвитку соціальних підприємств: вітчизняні та зарубіжні тенденції

Історія створення соціального підприємництва бере свій початок ще з XVII століття, коли цей вид діяльності започаткувався як альтернативний метод накопичення доходів у приватному секторі. Ідея соціального підприємництва активно поширювалася і вже у XIX столітті, зокрема у місті Халл (Англія) було створено соціально орієнтоване виробництво, коли непрацевлаштовані мельники поновили роботу занедбаного млину з метою виробництва борошна для членів громади, які були поза межею бідності. Місією їх діяльності була, насамперед, соціальна, а не комерційна діяльність. В подальшому ідеї соціального підприємництва були розвинуті у працях Роберта Оуена, який закликав працівників засновувати об'єднання зі спільною власністю на засоби виробництва. Він обґрунтовував ідею створення кооперативів не лише з комерційної точки зору, але як, по суті, соціальні підприємства, які б працювали для громади, та об'єднували потреби місцевих жителів та підприємництва.

Піонерами соціальних підприємств можна вважати і кооперативи, які перебували у колективній формі власності працівників, які мали виключне право щодо членства в кооперативі. У 1978 році у Великій Британії була сформована концепція соціального підприємства, діяльність якого базувалася на спільній власності та відповідала принципам економічної, соціальної та екологічної ефективності. Основна ідея цієї концепції лягла в основу найбільш поширеного визначення соціального підприємства як юридично зареєстрованої організації, яка перебуває у спільній власності, заснована на принципах рівної частки власності та вирішує суспільні та екологічні проблеми [3].

Таким чином, максимізація суспільного багатства та екологічних вигод є невід'ємною частиною цілей діяльності соціального підприємства на досягнення яких воно скерує основну частину прибутку. Ефективність

діяльності соціального підприємства вимірюється потрійним результатом діяльності – економічним, екологічним та соціальним.

На сьогодні соціальне підприємництво динамічно розвивається і в європейських країнах, вирішуючи проблеми безробіття, соціального захисту, подальшого розвитку громадянського суспільства. Тому з метою подальшої імплементації у вітчизняну бізнес-систему доцільним є вивчення зарубіжного досвіду, зокрема інституційного забезпечення розвитку соціальних підприємств. Для прикладу, на платформах Ashoka, MakeSense можна вивчати різні практики діяльності соціальних підприємств, а на платформі Bebele можна використовувати онлайн-інструменти для роботи над власною соціальною бізнес моделлю.

Досвід соціального підприємництва показує, що вирішення соціальних проблем на основі підприємництва часто виявляється більш ефективнішим, ніж використання стандартних механізмів держави або некомерційних організацій. Для узагальнення і аналізу світової практики нами була досліджена інформація міжнародного фонду підтримки соціальних підприємців, що включає приклади успішного вирішення певних соціальних проблем окремих територій (див. табл. 2).

В даний час європейська практика соціального підприємництва охоплює такі актуальні напрямки:

- допомога та підтримка громадян, які опинилися у важкій життєвій ситуації (одиноких, малозабезпечених осіб, осіб, які заборгували банкам, які втратили роботу, пенсіонерам і т.д.);
- екологічний бізнес. Діяльність, спрямована на поліпшення екологічної компоненти суспільного розвитку;
- організація зайнятості для осіб з обмеженими фізичними можливостями;
- організація дитячого розвитку і дозвілля (організація дитячих заходів, створення навчальних груп, гуртків і т.д.);

- організація здорового і корисного дозвілля (прибирання та озеленення територій, обладнання дитячих та спортивних майданчиків, організація свят, культурно-масових заходів);
- реабілітація громадян після психотравмуючих ситуацій (допомога людям, що побували в гарячих точках, втратили рідних).

Таблиця 2

Провідні соціальні підприємства світу за напрямками діяльності

Напрямок	Назва соціального підприємства	Країна	Вид діяльності підприємства
Створення нової продукції на основі переробки відходів і поліпшення екологічного стану	Conserve	Індія	Організація з переробки пластикових відходів
Протидія криміналізації суспільства	Emergence	Франція	Спортивна організація
Реабілітація людей, що опинилися у важкій життєвій ситуації	JardinsdeCocagne	Франція	Мережа підприємств органічного сільськогосподарського виробництва для соціальної і трудової Реабілітації вразливих категорій населення
Системи з надання послуг для малозабезпечених та вразливих верств населення	America'sFamily	США	Організація з надання послуг малозабезпеченим
Організації для мікрокредитування дрібних підприємців	Kiva.org	США	Глобальна інтернет-платформа з видачі безпроцентних позик
Організація зайнятості для осіб з обмеженими фізичними можливостями	Майстерня мрії	Україна	Виробництво пакетованих чаїв людьми з особливими потребами

Складено на основі [18]

В Україні соціальне підприємництво було започатковане Старобрядною концепцією Справи, кооперативним рухом та створеними меценатами Терещенком, Ханенком, Смиренком та іншими соціально спрямованими підприємствами. Більш активний розвиток соціальних підприємств (по суті діяльності, а не по назві) розпочався в Україні з 1991 року. Такі структури переважно були орієнтовані на працевлаштування людей з особливими потребами (підприємства УТОГ і УТОС). Поняття «соціальне підприємство»

стало більш відомим в Україні з 2004 року завдяки грантовій програмі UCAN, яка навчала людей основам соціального підприємництва та надавала гранти на розвиток таких ініціатив громадським організаціям. У 2010 році цей інноваційний вид бізнес-діяльності почала популяризувати Британська Рада в Україні, створивши Консорціум «Сприяння розвитку соціального підприємництва України». До складу Консорціуму увійшли Міжнародний фонд «Відродження», Фонд «Східна Європа», Прайсвотерхаускоперс Україна, Ерсте Банк. У цьому напрямку, Ерсте Банк ініціював надавати кредити на пільгових умовах для соціальних підприємців, а Консорціум запропонував підготувати тренерів із соціального підприємництва та створити ресурсні осередки розвитку соціального підприємництва в різних частинах України [4].

На сьогодні розвиток соціального підприємництва в Україні супроводжується підтримкою міжнародних фондів і організацій, зокрема створена програма:

- від Програми Розвитку ООН по підтримці внутрішньопереміщених осіб з метою надання робочих місць для внутрішньо переміщених осіб в Україні;
- від Міжнародної організації з міграції по допомозі вимушеним переселенцям і громадам з метою створення малих підприємств, самозайнятості та професійного навчання для вищезгаданих категорій населення;
- від Фонду «Монсанта», Міжнародного благодійного фонду «Добробут громад» по підтримці розвитку сільської місцевості;
- соціального інвестування «Вестерн Ен-Ай-Ес Ентерпрайз Фонд» з метою підтримки соціальних підприємств завдяки наданню доступних кредитів, консалтингових послуг, налагодженню соціального партнерства для усунення соціальних проблем у громадах.

Активна підтримка міжнародних фондів і організацій зумовлена їх наступною ціллю - використання підприємницьких підходів до вирішення соціальних проблем дозволить певною мірою зняти навантаження на державний і місцевий бюджети щодо окремих соціальних видатків, забезпечити

не лише захист, але й особистісний розвиток для соціально вразливих груп суспільства.

З метою активного розвитку соціального підприємництва в Україні необхідним вбачається прийняття Закону України «Про соціальне підприємство», який би нормативно врегулював доцільні та можливі організаційно-правові форми соціального підприємства та особливості оподаткування. Однак, на наш погляд, у напрямку побудови вітчизняної інституційної бази соціального підприємства варто пам'ятати, що соціальні підприємства повинні створюватися не заради пільг, а для покращення якості життя територіальної громади або соціально вразливих груп населення.

Перспективною ресурсною базою для створення соціальних підприємств можуть слугувати об'єкти нерухомості, які належать окремим територіальним громадам. На сьогодні в Україні існує багато споруд та будівель, які не використовуються, перебувають в незадовільному стані та які вважаються власністю громади. Такі приміщення можуть бути базою для створення соціальних підприємств, які у свою чергу, б працевлаштовували представників соціально незахищених категорій населення і спрямовували прибутки на вирішення пріоритетних місцевих проблем. На наше переконання, такими об'єктами інфраструктури можуть бути комунальні або спільні комунальні підприємства, що діють на договірних засадах спільного фінансування відповідними територіальними громадами.

Також, потенційно, соціальні підприємства можуть працювати у сегменті аутсорсингу, оскільки все частіше успішні вітчизняні підприємства замовляють такі послуги, як транспортні перевезення, консалтингові послуги, створення реклами і налагодження зв'язків з громадськістю, прибирання, освітні послуги, створення та організація івентів, обслуговування комп'ютерних мереж та оргтехніки, кур'єрська доставка, бухгалтерський облік тощо.

У цьому ж аспекті варто зазначити, що з погляду на глобальні суспільні поступи в Україні, можна стверджувати, що за останні роки в Україні споживацька культура принципово змінилася. Якщо декілька років тому

споживачі звертали увагу, здебільшого, на ціну, то зараз водночас враховується і країна-виробник, складові, термін придатності, а також наявність соціальної компоненти. Отже, відчуття причетності до суспільно корисної справи через купівлю необхідного товару чи послуги, може стати вагомим аргументом на користь активізації створення соціальних підприємств.

Хоча в Україні процес створення та функціонування соціальних підприємств перебуває на початковій стадії, проте вже існує чимало соціальних підприємств у різних містах, які представлені різними формами діяльності та мають різний соціальний ефект. Дуже вдало себе позиціонують такі українські соціальні підприємства: UrbanSpace 100, Pan-Chocolatier, «Горіховий дім», Re-beau, «Ласка», «Шафа добра», «Айвенго» та інші.

Соціальне підприємництво в Україні є суспільним сегментом, відкритим для досліджень та удосконалень. Ця сфера потребує вдосконалення початкових концепцій діяльності, мобілізації ресурсів та партнерів, постійного моніторингу їх суспільного впливу та відкритості для усіх груп стейкхолдерів. Такі багатомасштабні завдання можуть бути вирішеними через існування значних потенційних можливостей, низку яких можна сформулювати наступним чином

1. Соціальне підприємництво в Україні активно підтримується міжнародними фондами і організаціями. Для популяризації соціального підприємництва в Україні діють різні конкурсні та грантові програми, які інвестують, надають пільги в кредитуванні, консалтингу та допомагають соціальним підприємцям побудувати й удосконалити власний бізнес.

2. Відсутність нормативно-правових актів, які регулюють соціальне підприємництво. Таким чином існує можливість обрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму, як з точки зору бізнес-моделі, так і з точки зору особливостей оподаткування.

3. Залучення ресурсів, які не використовуються традиційним бізнесом. Найбільш важливий, звичайно, людський ресурс, який представлений соціально вразливими категоріями: люди з обмеженими можливостями; біженці (внутрішньо переміщені особи); національні меншини; люди похилого

віку; молодь; люди із залежностями; люди, що вийшли з місць позбавлення волі; ВІЛ-позитивні люди; багатодітні мами. Часто такі особи мають достатньо високу професійну кваліфікацію і сформовані компетенції, однак їх статус внаслідок існування стереотипів відлякує класичних підприємців від їх працевлаштування.

4. Прихильність споживачів до продукції соціального підприємства зростає. Сучасні тенденції вказують на те, що споживацька культура українців позитивно змінюється на фоні підтримки національного товаровиробника та громадської активності до соціально значущих проектів.

3. Дорожня карта розвитку соціального підприємства через реалізацію авторського проекту NoSugar

На сьогодні є очевидним, що об'єктивно існує проблема стрімкого розвитку цукрового діабету та ожиріння, а тому значного поширення у світі набирає тенденція безцукрової дієти, оскільки цукор значно збільшує ймовірність цих захворювань. За даними центру медичної статистики у Тернопільській обл. станом на 2017 рік зареєстровано 41178 захворювань на цукровий діабет, в тому числі 3084 особи стикнулися вперше з цією хворобою (Додаток А). В Україні ж цифра людей, які мають дане захворювання становить 1,6 млн. осіб.

«NoSugar» – це ідея створення кондитерської-кав'ярні, де б реалізовувалася кондитерська продукція без цукру, глютену та інших шкідливих домішок.

Пропонований проект має на меті вирішити окреслену проблему шляхом створення кондитерської-кав'ярні і інтернет-розповсюдження продукції без цукру, суспільними ефектами діяльності якої будуть:

1) профілактика цукрового діабету за рахунок споживання десертів без цукру та глютену;

- 2) популяризація правильного харчування;
- 3) внесення коректив у харчування населення (зміни суспільної свідомості);
- 4) на етапі переходу на самоокупність, частина прибутку кав'ярні та інтернет-магазину буде спрямовуватися на закупівлю препаратів, медичного обладнання для діабетиків у Тернопільській області.

Отже, соціальний вплив проекту NoSugar полягатиме у зміні суспільної поведінки, популяризації ідеї здорового способу життя через формування пропозиції для суспільства щодо споживання корисних солодошів.

Місією соціального підприємства нами означено: Бути простором корисних солодошів для здорового способу життя. Візія полягатиме у тому, що NoSugar позиціонуватиме себе як комфортний і затишний заклад у м. Тернопіль з можливістю насолоджуватися улюбленими десертами, рецептура яких не перевірена часом, а перевірена людьми.

За даними соціологічного опитування, проведеного нами у м. Тернопіль було з'ясовано, що 72% діабетиків I та II типів дотримуються рекомендацій у харчуванні, а 54% з них готові купувати продукцію без цукру, зокрема кондитерські вироби та бути споживачами кав'ярні-кондитерської «NoSugar» (Додаток В).

За нашими спостереженнями, у м. Тернопіль є чимало закладів харчування, однак немає затишного куточка, де могли б випити кави та поласувати смачненьким люди з обмеженим раціоном харчування. Особливістю пропонованої ідеї є удосконалення діабетичної продукції, яка на сьогодні не приваблює покупців виглядом та асортиментом на полицях супермаркетів. Для вивчення смаків потенційних споживачів продукції NoSugar ми плануємо запуснути онлайн опитування щодо найкращих рецептів безцукрової та безглютенної кондитерської продукції.

Впродовж 2-х наступних років ми плануємо проводити соціологічні дослідження на базі інтернет-платформи, за допомогою якої здійснювати продаж безцукрової продукції у вигляді різних тематичних боксів. Згодом, ми

хочемо запустити власне виробництво корисних кондитерських виробів у м. Тернопіль з розширенням асортименту до включення безглютенової продукції та інвестувати зароблені кошти у відкриття кав'ярні-кондитерської NoSugar, франшизу якої згодом можна буде розповсюдити (див. табл. 3).

Таблиця 3

Дорожня карта розвитку соціального підприємства NoSugar

Роки	Основні напрямки діяльності
2018-2020 рр.	інформування, просування на ринок та інтенсифікація діяльності інтернет-платформи NoSugar (продаж солодоців NoSugar через інтернет-торгівлю методом B2C)
2020-2021 рр.	створення кав'ярні NoSugar в м.Тернопіль як реальної платформи для спілкування людей, що є цільовою групою споживачів
2023-2024 рр.	надання франшизи для створення аналогічних кав'ярень NoSugar в інших містах

Складено самостійно

Початкові витрати на відкриття інтернет-магазину за нашими підрахунками становитимуть приблизно 50 тис.грн., що включатиме оплату хостингу та доменного імені, встановлення та налаштування CMS маркетингових інструментів, розробка дизайну інтернет-сторінок, створення та наповнення контенту, покупка першої партії товару та стартова рекламна кампанія.

Наші постійні операційні витрати становитимуть щонайменше 5 тис.грн. Якщо відвідуваність інстаграм-профілю становитиме 500 відвідувачів у день із відсотком конверсії 2%, то чистий прибуток становитиме 13000.

Для забезпечення прибутковості, ми плануємо здійснювати такі тактичні кроки:

- розповсюдження інформації через сімейних лікарів;
- активне використання SMM-інструментів;
- участь у місцевих проектах та ініціативах, що пов'язані з пропагуванням здорового способу життя;

- проведення конкурсу у соціальних мережах на кращі рецепти солодоців без цукру та глютену;
- укладання договору аутсорсингу з місцевою кондитерською фабрикою щодо виробництва авторської номенклатури солодоців.

Визначивши реальний попит на ринку на нашу продукцію, ми розпочнемо закупівлю солодоців за власною рецептурою у місцевої кондитерської фабрики і здійснюватимемо продаж солодоців застосовуючи як онлайн комунікації, так і офлайн взаємодію зі споживачами.

Наша пропозиція для місцевого кондитерського цеху щодо виробництва продукції NoSugar аналітично може бути описана наступним чином (див. табл. 4).

Таблиця 4

Пропозиція для місцевого кондитерського цеху щодо доцільності виробництва продукції NoSugar

Показники	Існуюча продукція	Продукція NoSugar
Випуск, тис . грн	80	80
Додатковий капітал, тис. грн.	-	400
Собівартість продукту, грн.	165	205
Ціна продукту, грн.	180	225

Складено самостійно

Приріст прибутку в розрахунку на одиницю реалізованої продукції NoSugar ($\Delta\P$) становитиме:

$$\Delta\P = (225-205) - (180-165) = 20 - 15 = 5 \text{ грн/од}$$

Тоді, отримані надходження (Π) становитимуть:

$$\Pi = (5 - 0,15 * 400000/80000) * 80000 = (5-0,75) * 80000 = 340 \text{ тис. грн.}$$

Термін окупності додаткових капіталовкладень виробника, якому ми запропонуємо оновлення власного асортименту продукцією NoSugar (Т) можна знайти як відношення величини цих витрат до величини річного економічного ефекту:

$$T = 400000/340000=1,18 \text{ року}$$

Проведені розрахунки демонструють доцільність співпраці місцевого кондитерського цеху з соціальним підприємством NoSugar.

На наш погляд, така співпраця стане дієвим кроком до реалізації основної мети – відкриття кав'ярні-кондитерської, яка стане простором для спілкування і комунікацій, місцем, де можна поласувати корисними десертами та збагатитися позитивними емоціями.

На наше переконання, реалізація проекту «NoSugar» задовільнить низку таких суспільних запитів: профілактика цукрового діабету, популяризація здорового харчування, зміну культури споживання і альтернативних варіантів споживання солодошів.

Висновки

Хоча соціальне підприємництво як організаційна форма бізнесу для вирішення суспільних проблем започаткувалося ще в XVII ст., на сучасному етапі розвитку цей вид діяльності не є достатньо досліджений та активізований. При цьому важливим питанням є забезпечення сприятливого інституційного середовища для активізації діяльності соціальних підприємств.

Враховуючи об'єктивну необхідність економії державних коштів, соціальне підприємництво дасть можливість економити бюджетні кошти на соціальну сферу, підтвердженням чого є активний розвиток таких підприємств в країнах Європи, уряди яких з цією метою створили потужну інституційну базу. В макроекономічному вимірі соціальні підприємства, використовуючи інноваційні ресурси, створюватимуть реальне конкурентне середовище та додану вартість, що сприятиме висхідному руху економічної системи в цілому.

Це актуалізує необхідність наукових досліджень в напрямку пошуку оптимальної інституційної бази підтримки соціального підприємництва та внутріорганізаційного механізму забезпечення їх ефективної діяльності.

Соціальне підприємництво – це інноваційний тип бізнесу, який створюючи економічні блага, вирішує гострі соціальні проблеми, тому досить актуальним є активізація створення саме таких підприємств в Україні.

Авторський проект NoSugar створений у галузі соціального підприємництва і покликаний вирішити одну з актуальних медико-соціальних проблем, надати споживачам корисну альтернативу солодошів та популяризувати правильне харчування. Діяльність NoSugar підпадає під характеристики соціального підприємства, оскільки намагатиметься зменшити негативні прояви суспільно актуальної проблеми та частину отриманих коштів спрямовуватиме на задоволення суспільних потреб. NoSugar діятиме у тривимірному векторі: «бізнес-держава-громадськість», адже реалізуючи продукцію та отримуючи з неї прибуток, кав'ярня-кондитерська буде джерелом податків та додаткових робочих місць, зокрема для людей соціально вразливих

верств населення та здійснюватиме профілактику захворювань, спричинених надмірним вживанням цукру. На наш погляд, реалізація цього проекту стане дієвим поштовхом для розвитку інших соціальних підприємств у регіоні, які можуть займатимуть інші ринкові ніші для вирішення суспільних потреб.

Список використаних джерел

1. Андрущенко А.І. Соціальне підприємництво як інноваційний механізм підвищення якості життя найбільш уразливих прошарків населення / А.І.Андрущенко, І.М.Рябець // Socioпростір: міждисциплінарний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи. - №1. - 10. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу. - URL:http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/4_3_3.pdf.
2. Арапетян А., О. Архипчик, Л. Пан Соціально-відповідальний бізнес: переваги та обмеження / А.Арапетян, О. Архипчик, Л. Пан// Практика управління. - 2008. - № 7. - С. 12-18.
3. Бігняк О. В. Юридична та соціальна відповідальність суб'єктів підприємництва /Бігняк О. В.// Університет. наук. зап.- 2006. - № 1 (17). - С. 150 – 154.
4. Галушка З.І. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні / З. Галушка // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка, 2013. - Вип. 148. - С. 15-17.
5. Жуковська В.М. Соціальна відповідальність як складова реалізації корпоративної стратегії розвитку / Жуковська В.М., Сичова Н.В.// Вісн. нац. ун-ту водн. госп-ва та природокористув. - 2008. - № 1 (41). - С. 72-79.
6. Каминник И. Социальное предпринимательство на Украине: каким оно должно быть?/ Каминник И. //Журнал «Гражданское общество». - 2016.
7. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку. Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв.: матеріали III регіон. наук.-практ. конф. / Кіреєва О. Б., за заг. ред. В. Г. Вікторова. Д.: ДРІДУ НАДУ, 2009. - С. 79-82.
8. Мокій А. І. Розвиток соціального підприємництва у контексті зміцнення економічної безпеки депресивних територій. / Мокій А. І., Дацко О.І. // Економічна безпека і підприємництво . - 2014. - №1(53). - С.155-166

9. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства / Наумова М. // Україна: аспекти праці. - 2014.- № 4. - С. 34-39
10. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації / Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л. //Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - №6. -С.129-132.
11. Поважний О. С. Державне управління розвитком соціального підприємництва в Україні / Поважний О. С., Пономаренко О. В. [Електронний ресурс]. - Режим доступу. - URL: www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znpdduu/du/2010_152/02.pdf.
12. Посібник з планування соціального підприємства. / Пер. з англ.: Британська Рада в Україні. - К. : Британська Рада в Україні, 2011. - 68 с.
13. Розвиток соціального підприємництва. Сайт Британської ради в Україні. [Електронний ресурс]. - Режим доступу. - URL: <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/society/social-enterprise-development>.
14. Салій І. Американський та європейський шляхи соціального підприємництва / І. Салій [Електронний ресурс]. - Режим доступу. - URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/109-amerykanskyi-ta-ievropeiskyi-shliakhy-sotsialnoho-pidpriemnytstva>.
15. Сандакова О. Соціальне підприємництво: що це? / О. Сандакова // Наша громада - 2010. - № 1. - С. 19-24.
16. Свинчук А. А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін / Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. [посібник]/ - К: ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ». - 2017. - 188 с.
17. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки / Сотула О. В. // Журнал «Ефективна економіка», 2013. - №4. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу. - URL: http://www.napks.edu.ua/library/compilations_vak/eiu/2009/6/p_49_54.pdf

18. Ashoka The site of international organization. Ashoka Innovators for the Public .
[Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.ashoka.org>
19. Sandal, Jan DU Social Entrepreneur School IBS / Sandal, Jan DU Official site/
29 April 2017. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://www.janusandal.no/en/>

