

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ**

Кафедра економіки та підприємництва

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

освітній ступінь - «Магістр»

на тему: **Соціальне підприємництво: стан та
шляхи розвитку**

Виконала:

студентка спеціальності

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

ОП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Карпець Олександра Володимирівна

Керівник:

Пилипенко Надія Миколаївна

доцент кафедри економіки та підприємництва

Рецензент:

Малютін Олександр Костянтинович

комерційний директор ТОВ «ТД «УкрРосХим», д.е.н., доцент

Суми – 2022

АНОТАЦІЯ

Карпець О.В. Соціальне підприємництво: стан та шляхи розвитку.

Кваліфікаційна робота на здобуття ОС «Магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СНАУ, Суми. 2022 р. Рукопис.

В кваліфікаційній роботі розглянуто стан та перспективи розвитку соціального підприємництва в місцевих громадах на прикладі м. Ромни Сумської області.

Узагальнені існуючі в літературі підходи до визначення сутності категорії «соціальне підприємництво» дало можливість визначити її як підприємницьку діяльність, спрямовану на пом'якшення або вирішення соціальних проблем. У науковій літературі соціальне підприємництво розуміється як засіб створення суспільно значимих благ. Це відносно нова сфера досліджень, яка розглядає соціальну дію та її результат і висвітлює роль «вбудованості» ініціатора та учасників соціального підприємництва в суспільні структури і системи цінностей. Одним із дискусійних питань залишається статус соціального підприємництва як самостійної сфери дослідження та самостійного явища суспільної та економічної діяльності. Однією з головних відмінних соціальних рис підприємництва є те, що воно дає пріоритет створенню суспільного продукту над прибутком і використовує для досягнення соціального блага соціальні та економічні інновації, що в результаті сприяє прискоренню соціальних змін і задоволенню суспільних потреб. При цьому соціальне підприємництво виступає в різноманітних формах в залежності від соціально-економічних і культурних умов, а також конкретних завдань, які ставляться.

Проведене авторкою емпіричне дослідження показало, що в громаді соціальне підприємництво знаходиться в нерозвиненому стані. Важливим для становлення соціального підприємництва є його сприйняття. Учасники опитування демонструють адекватне розуміння сенсу соціального підприємництва, їх уявлення кардинально не розходяться з уявленнями фахівців і експертів. Свою місію сьогоднішні підприємці бачать в тому, щоб надавати підтримку соціально незахищеним групам, допомагати у зміцненні сім'ї і вихованні дітей, профілактики негативних соціальних явищ.

Аналіз результатів опитування свідчить про існування гендерних проблем через підвищене навантаження сімейно-побутовими проблемами в першу чергу. Спостерігається також значна гендерна відмінність щодо мотивів займатися бізнесом.

Авторкою запропоновані стратегічні напрями розвитку соціального підприємництва в територіальній громаді були позитивно сприйняті респондентами та органами самоуправління. Найбільш прийнятним варіантом соціального підприємства для громади за результатами опитування є створення сімейного центру.

Запропонований проєкт сімейного центру, який буде працювати на принципі самоокупності поточних витрат. Величина оплати послуг центру для мешканців є цілком прийнятною і реальною.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме забезпеченню стійкого розвитку громади та здійснить позитивний соціальний вплив на наше суспільство.

Ключові слова: соціальне підприємництво, підприємницька діяльність, територіальна громада, бізнес, ефективність

SUMMARY

Karpets O.V. Social entrepreneurship: status and ways of development..

Master's thesis specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activities», Sumy National Agrarian University, Sumy, 2022. Manuscript.

The qualifying paper examines the state and prospects of the development of social entrepreneurship in local communities using the example of the city of Romny, Sumy region.

The generalized approaches to defining the essence of the category "social entrepreneurship" in the literature made it possible to define it as a business activity aimed at mitigating or solving social problems. In scientific literature, social entrepreneurship is understood as a means of creating socially significant goods. This is a relatively new field of research that examines social action and its outcome and highlights the role of "embeddedness" of the initiator and participants of social entrepreneurship in social structures and value systems. One of the debatable issues remains the status of social entrepreneurship as an independent field of research and an independent phenomenon of social and economic activity. One of the main distinctive social features of entrepreneurship is that it prioritizes the creation of a social product over profit and uses social and economic innovations to achieve social good, which as a result contributes to the acceleration of social change and the satisfaction of social needs. At the same time, social entrepreneurship appears in various forms depending on socio-economic and cultural conditions, as well as specific tasks that are set.

Empirical research conducted by the author showed that social entrepreneurship is underdeveloped in the community. Its perception is important for the development of social entrepreneurship. Survey participants demonstrate an adequate understanding of the meaning of social entrepreneurship, their ideas do not fundamentally differ from the ideas of specialists and experts. Today's entrepreneurs see their mission as providing support to socially vulnerable groups, helping to strengthen the family and raising children, and preventing negative social phenomena.

The analysis of the results of the survey shows the existence of gender problems due to the increased loading of family and household problems in the first place. There is also a significant gender difference in motivations for doing business.

The author's proposed strategic directions for the development of social entrepreneurship in the territorial community were positively received by

respondents and self-governing bodies. According to the results of the survey, the most acceptable option for a social enterprise for the community is the creation of a family center.

The proposed project of the family center, which will work on the principle of self-sufficiency of current costs. The amount of payment for the services of the center for residents is quite acceptable and realistic.

The implementation of the proposed measures will contribute to the sustainable development of the community and will have a positive social impact on our society.

Keywords: social entrepreneurship, entrepreneurial activity, territorial community, business, efficiency

ЗМІСТ

Вступ	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	10
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	19
2.1 Аналіз розвитку соціального підприємництва в Україні	19
2.2 Загальна організаційно-економічна характеристика Роменської територіальної громади	25
2.3 Емпіричний аналіз розвитку соціального підприємництва в Роменській територіальній громаді.....	30
РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	46
3.1 Бізнес моделювання соціального підприємства на основі дизайн мислення	46
3.2 Основні напрями розвитку соціального підприємництва.....	53
3.3 Організаційно-економічне обґрунтування проєкту створення сімейного центру «МЕТЕЛИК».....	57
Висновки.....	61
Список використаних джерел.....	63
Додатки.....	71

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Важливою проблемою суспільства є порушення справедливості та рівності. Інструментом вирішення соціально-економічних проблем може виступати соціальне підприємництво, яке набуває все більшої популярності в останні роки в Україні, актуальність розвитку якого посилюється в контексті впровадження адміністративно-територіальної реформи. Однак, незважаючи на суттєві наукові здобутки подальшого розвитку потребують питання визначення ролі соціального підприємництва.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Проблемними питаннями розвитку соціального підприємництва займалися як вітчизняні так і закордонні науковці, такі як: Д. Борнштейн, Р. Braunerhjelm, М. Гончарова, Н. Гусак, Б. Дрейтон, J. Dees, Л. Долуда, Г. Кабаченко, Ю. Кірсанова, Д. Кикал, Н. Коваленко, А. Корнецький, Т. Лайонс, Н. Луговенко, М. McLean, В. Назарук, М. Наумова, S. Osberg, A. Peredo, L. Roger, С. Сафаров, А. Свинчук, Ф. Спреклі, А. Туманова, Л. Шаульська та чимало інших.

Проте, проблеми розвитку соціального підприємництва в контексті вирішення соціально-економічних проблем суспільства, особливо на рівні місцевих громад, є не достатньо дослідженими а отже, потребує додаткових досліджень.

Метою дослідження є подальший розвиток теоретичних положень щодо суті соціального підприємництва, аналіз можливості розвитку соціального підприємництва в громаді, визначення стратегічних напрямів та розробка проекту розвитку соціального підприємництва для громади в контексті вирішення соціально-економічних проблем.

Виходячи із мети в процесі проведення дослідження були поставлені наступні **завдання** :

- уточнити понятійний апарат соціального підприємництва;
- здійснити аналіз розвитку соціального підприємництва в громаді на основі емпіричного дослідження;

- на основі аналізу визначити стратегічні напрями та запропонувати проєкт розвитку соціального підприємництва для громади в контексті вирішення соціально-економічних проблем.

Об'єктом дослідження є особливості процесу розвитку соціального підприємництва.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних засад забезпечення розвитку соціального підприємництва у громаді в контексті вирішення соціально-економічних проблем.

У процесі виконання наукової роботи використовувалися такі **методи економічних досліджень**: *абстрактно-логічний* (при вивченні та уточненні сутності поняття «соціальне підприємництво» та «соціальний підприємець»); *анкетування та інтерв'ювання* (при визначенні можливості та стратегічних напрямів розвитку соціального підприємництва в громаді); *економіко-статистичний* (при оцінці стану розвитку громади).

Найбільш вагомі результати дослідження, які характеризуються **науковою новизною**, отримані особисто і полягають у наступному:

- проведено систематизацію трактувань поняття «соціальне підприємництво» вченими, виділені ключові відмінності соціального підприємництва та характеристики соціального підприємця;
- здійснено аналіз розвитку соціального підприємництва в територіальній громаді на основі авторської анкети;
- запропоновані стратегічні напрями розвитку соціального підприємництва в територіальній громаді, що надає можливість вирішити соціально-економічні проблеми громади в контексті вирішення соціально-економічних проблем.

Практична значимість наукової роботи полягає в актуалізації пошуку форм і методів поширення соціального підприємництва, в визначенні перспектив поширення соціального підприємництва в контексті вирішення соціально-економічних проблем в умовах децентралізації. Пропозиції щодо стратегічних напрямів розвитку соціального підприємництва в територіальній громаді взяті до

уваги управлінням економічного розвитку Роменської територіальної громади (довідка № 16/1 від 24.01.2022 р) (додаток А).

Апробація результатів дослідження і публікації. Основні положення і результати наукової роботи були оприлюднені та опубліковані у матеріалах науково – практичних конференціях студентів, аспірантів та співробітників Сумського НАУ (2020-2021 рр.).

За результатами дослідження опубліковано 2 статті у фахових наукових журналах та дві тези в матеріалах конференцій.

Особистий внесок автора. Усі дослідження за темою кваліфікаційної роботи, які були проведені: вивчення наукової літератури, підбір і аналіз вхідної інформації, а також зроблені висновки та пропозиції, виконані авторкою особисто.

Обсяг і структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (57 найменувань) та додатків. Обсяг основного тексту роботи становить 56 сторінок, загальний обсяг 80 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ ГРОМАДИ

Хорошою або успішною є громада в якій нема бідності, злочинності, яка забезпечує високу якість життя для усіх її членів. Тобто та, яка сприяє справедливості і рівному доступу до прав, оскільки її члени можуть працювати на спільне благо [32]. Головним майданчиком для впровадження змін на цей час є місцевий рівень [4; 23;31]. Хоча українські жінки є освіченою та економічно активною частиною населення, утім, вони не мають належного представництва ні в економічній сфері, ні в органах ухвалення рішень [6]. Гендерна перспектива повинна враховуватися і в соціальній роботі з людьми старшого покоління. В складі старшого за віком населення помітно переважають жінки, але при цьому не враховуються соціальні і поведінкові відмінності, обумовлені їх приналежністю до різних статевих груп.

Інструментом вирішення вказаних проблем може бути соціальне підприємництво.

Соціальне підприємництво виникло як важливий засіб, за допомогою якого задовольняються соціальні потреби. В Європі поняття «соціальне підприємство» вперше з'явилося в Італії щоб реагувати на незадоволені потреби [35; 38]. Термін «соціальне підприємництво» був запущений в обіг в 1980-х Біллом Дрейтоном [16]. За словами Грегорі Діза, на відміну від бізнес-підприємців у соціальних підприємців є соціальна місія – зробити світ кращим [1;26;37].

Зрозуміти популярність соціального підприємництва дозволяє розуміння того, що державний і приватний сектор не можуть впоратися з проблемами суспільства [1]. Третій, добровільний сектор, вже давно є свідком підприємницької динаміки, яка привела до інноваційних рішень для надання послуг або товарів особам або спільнотам, потреби яких не були задоволені ні

приватними компаніями, ні державою [42]. У контексті соціального підприємництва важливо розуміти визначення кожного з трьох секторів (рис.1.1).



Рисунок 1.1 – Місце третього сектору у вирішенні соціально-економічних проблем

* джерело [21]

Соціальні підприємства можна визначити як організації, що ведуть господарську діяльність щоб забезпечити свою соціальну або громадську місію [40]. Відсутність єдиних підходів до визначення понять «соціальне підприємництво» та «соціальний підприємець» демонструє таблиця 1.1, в якій міститься огляд деяких визначень соціального підприємства.

Таблиця 1.1 – Тракткування понять «соціальне підприємництво» та «соціальний підприємець»

Автор	Визначення
Діз Дж. [38]	є приватною організацією і призначені для вирішення соціальних проблем і надання соціально значущих товарів, які не були належним чином надані урядом або приватними ринками.
Каменко І. [10]	це діяльність підприємств чи організацій, які функціонують з метою отримання прибутку і його спрямування на виконання соціальної місії в контексті вирішення суспільних проблем, або працюють у сфері неприбуткової діяльності, спрямованої на досягнення соціального ефекту.
Луговенко Н. Коваленко Н. [12]	це організація, метою якої є публічна діяльність, спрямована на задоволення потреб суспільства; кінцева мета такого підприємства має соціальний та економічний ефекти у вигляді економії державного бюджету і прибутку економічних структур; визначені цілі залежать як від прибутку, так і від бажаного соціального ефекту від його комерційної діяльності.
Шаульська Л., Кабаченко Г. [33]	як вид діяльності, спрямований на вирішення соціальних проблем, утворюється безпосередньо на волонтерському русі, та є певним гібридом волонтерського руху та класичного підприємництва. Прибутки, що отримує соціальне підприємство, спрямовуються на його розвиток та на вирішення гострих суспільних проблем.
Сафаров С. [25]	являє собою бізнес-спосіб вирішення (пом'якшення) соціальних проблем. Перед підприємцями, які працюють в даній сфері, подвійне завдання: по-перше, закрити потреби населення в тих соціальних послугах, які не можуть бути якісно надані в рамках діючої системи організацій, що складають соціальну інфраструктуру; по-друге, підвищити якість життя окремих категорій громадян за рахунок їх включення в трудову діяльність, якщо вони по ряду причин виявилися вимкненими з неї
Назарук В., Кірсанова Ю. Долуда Л. [7]	підприємницька діяльність, спрямована на позитивні інноваційні зміни у суспільстві: пом'якшення або вирішення соціальних проблем за рахунок доходів, отриманих від власної діяльності
Спреклі Ф. [29]	це юридично зареєстрована організація, яка здійснює комерційну діяльність, створює суспільне багатство, та сприяє покращенню екології.
Європейська асоціація венчурної філантропії	як організація, яка орієнтована на досягнення соціального впливу, застосовуючи ринкові рішення для вирішення питань державного сектору та неспроможності ринку інноваційними способами.
А. Джавед, А. Маджид, [44]	це пошук нових та кращих способів створення та підтримки соціальної цінності
Наумова М. [15]	базується на трьох взаємопов'язаних складових діяльності: соціальна, комерційна, неприбуткова
R. Mosher-Williams [52]	Соціальний підприємець – це фізична особа, група, мережа, організація або альянс організацій, що прагнуть до стійких і великомасштабних змін за рахунок новаторські ідеї вирішити серйозні соціальні проблеми.
Omarov E. [49]	Соціальний підприємець – особа, діяльність якої спрямована на використання можливостей для збільшення соціального добробуту

* джерело [21]

Погляди вчених та практиків щодо критеріїв відношення підприємств до соціальних також різняться (табл.1.2).

Таблиця 1.2 – Систематизація поглядів щодо критеріїв відношення підприємств до соціальних

США [27]	щоб товар або послуга вирішували певну соціальну проблему
Європа [27]	соціальні підприємства мають віддавати частину прибутку на соціальні проекти або надавати роботу людям з особливими потребами
Велика Британія [7].	рентабельний бізнес, чітко визначені соціальні цілі, реінвестування та спрямування прибутку на досягнення соціальних цілей.
Швеція [13]	вирішення соціальних проблем та сприяння добробуту населення, генерування прибутку та фінансова стабільність, інноваційність.
Роджер Л. та Осберг С. [54]	виявлення стабільної, але по суті несправедливої рівноваги, яка спричиняє виключення, маргіналізацію або страждання того сегмента людства, якому бракує фінансових можливостей; розробка соціальної ціннісної пропозиції та реалізація натхнення, творчості, мужності та міцності; формування нової стабільної рівноваги, яка забезпечує краще майбутнє для цільової групи та навіть суспільства в цілому
Передо А., МакЛін М. [50]	соціальне підприємництво здійснюється там, де якась особа або група: націлена на створення соціальної цінності; продемонстрували здатність розпізнати та скористатися можливостями для створення такої цінності; застосували інновації у створенні соціальної цінності; готові прийняти ступінь ризику вище середнього в створенні соціальної цінності; та надзвичайно винахідливими в умовах відносного дефіциту активів у здійсненні своєї соціальної діяльності.
Галушка З. [3]	наявність чіткої і зрозумілої місії соціального спрямування, яка передбачає вирішення певних суспільних проблем; використання інноваційного підходу до вирішення соціальної проблеми; використання бізнес-методів управління, застосування підприємницького хисту з метою отримання прибутку; сприйняття прибутку як засобу досягнення позитивних соціальних перетворень; колективна форма власності, яка охоплює учасників соціального підприємства, його працівників, цільову групу, волонтерів та інших.
Каменко І. С. [10]	Соціальному підприємництву притаманні ті ж критерії, що й і традиційному підприємству, зокрема фінансова самостійність, ініціативність, інноваційність, масштабність, ризиковий характер. Поряд з тим йому притаманні риси: пріоритетність соціальної мети, реінвестування прибутку у соціальний розвиток, відкритість і прозорість діяльності та публічна звітність
Підхід Європейської дослідницької мережі EMES [48]	Безперервна діяльність з виробництва товарів і / або продажу послуг. Високий ступінь автономії. Значний рівень економічного ризику. Явна мета принести користь суспільству. Ініціатива групи громадян. Право прийняття рішень, не заснований на володінні капіталом. Партисипативний характер, в якому беруть участь різні сторони. Обмежений розподіл прибутку.
Thomas С. [56]	(1) зміна ставлення та поведінки, (2) розширення ідеї, (3) створення робочих місць і (4) вплив на національну політику.
Каталог соціальних підприємств [10]	працевлаштування вразливих верств населення (ветерани АТО, ВПО, люди з інвалідністю, мешканці сільської місцевості таке інше); частина чи весь прибуток від діяльності спрямовується на підтримання статутної діяльності громадських організацій, благодійних організацій чи благодійних фондів; частина чи весь прибуток спрямовується на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення, підтримки соціальних, культурних чи спортивних заходів, проектів.

*Систематизовано за [3;7;10;13;27;48;50;54;56]

За підходом, розробленим Європейською дослідницькою мережею EMES, для відображення економічних та підприємницьких аспектів висунуті чотири критерії:

- безперервна діяльність з виробництва товарів і / або продажу послуг;
- високий ступінь автономії;
- значний рівень економічного ризику;
- мінімальний обсяг оплачуваної роботи.

Щоб відобразити соціальні аспекти ініціативи, було запропоновано п'ять критеріїв:

- явна мета принести користь суспільству;
- ініціатива групи громадян;
- право прийняття рішень, не засноване на володінні капіталом;
- партисипативний характер, в якому беруть участь різні сторони;
- обмежений розподіл прибутку.

Соціальні підприємства можуть розподіляти прибуток, але тільки в обмеженій мірі, що дозволяє уникнути поведінки, спрямованої на максимізацію прибутку [48]. Принципова відмінність між підприємництвом і соціальним підприємництвом полягає в ціннісній пропозиції. Для підприємця пропозиція передбачає обслуговування ринків, які можуть з комфортом дозволити собі новий продукт або послугу, і, таким чином, для отримання фінансового прибутку. Ціннісна пропозиція соціального підприємця націлена на малозабезпечене, обділене увагою або вкрай знедолене населення. Він прагне до цінності у вигляді великомасштабних трансформаційних вигід. Ідея соціального проекту не може вважатися життєздатною, якщо вона не здійснює трансформацію – глибинну і тривалу соціальну зміну [50;54]. Під соціальним підприємництвом слід розуміти систематичну, в тому числі інноваційну, господарську діяльність, яка передбачає вирішення соціальних проблем [27]. Соціальне підприємництво відрізняється від корпоративної соціальної відповідальності та благодійних організацій. Корпоративна соціальна відповідальність приватного бізнесу є другорядною ціллю після принесення акціонерам фінансової вигоди. Благодійні організації існують за рахунок пожертвування, а соціальні підприємства здійснюють самостійну діяльність і намагаються забезпечити стійкість своїх проектів.

Соціальне підприємництво каталізує соціальні трансформації шляхом задоволення соціальних потреб. Основна увага приділяється соціальній цінності, в той час як створення економічної цінності розглядається як необхідна умова для забезпечення фінансової життєздатності. Ряд авторів підкреслюють некомерційний характер соціальної підприємницької діяльності як відмітну рису соціального підприємництва. Але, соціальне підприємництво може відбуватися і на комерційній основі. У соціальному підприємництві створення суспільного добробуту є основною метою. Відмінна риса соціального підприємництва полягає в обмеженому потенціалі отримання вигоди [45].

Нами визначені ключові ознаки, які уможливають здійснити аналіз відмінностей між підприємництвом і соціальним підприємництвом (рис.1.2).

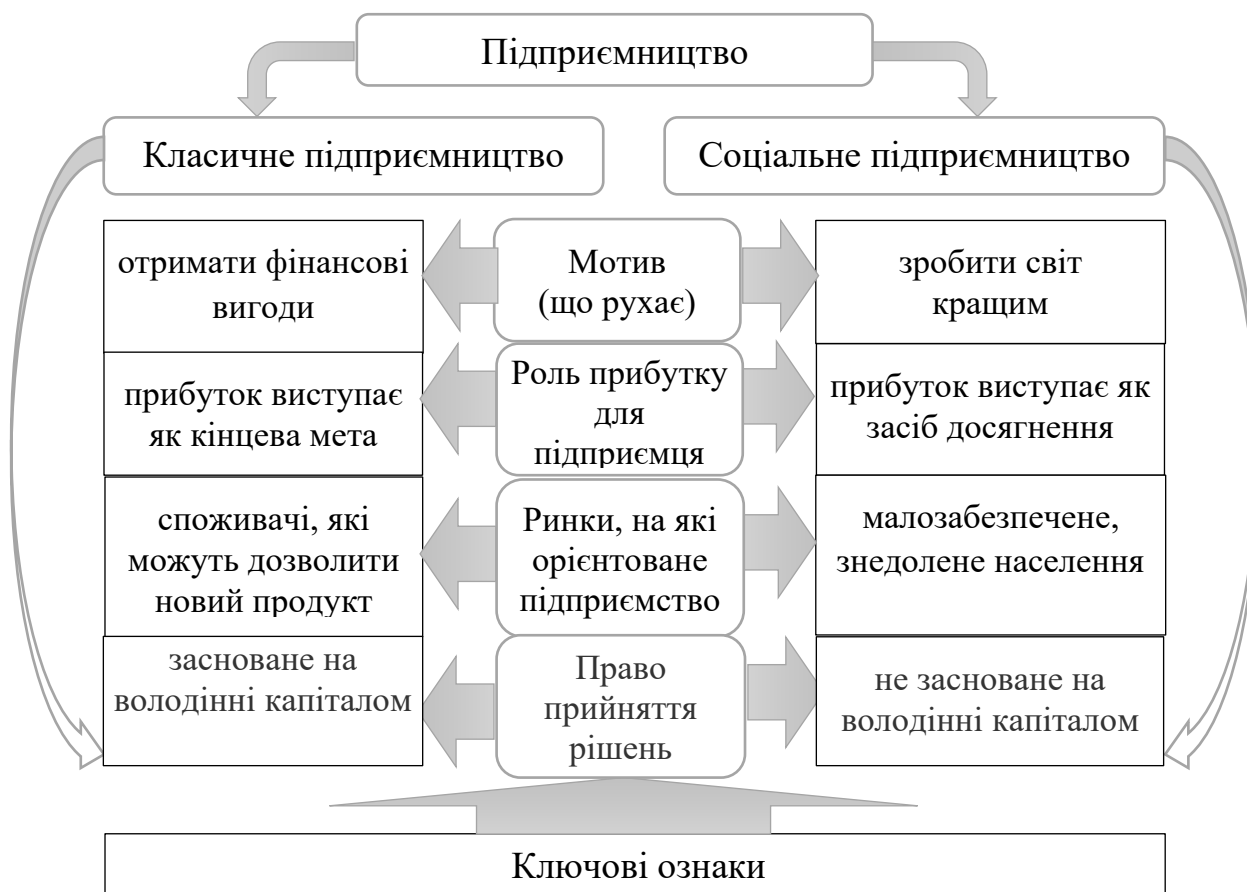


Рисунок 1.2 – Основні відмінності між підприємництвом і соціальним підприємництвом

*джерело [21]

Принципова відмінність полягає в ціннісній пропозиції. Ціннісна пропозиція соціального підприємця націлена на малозабезпечене, вкрай знедолене населення [53]. Тобто, головною ознакою соціального підприємництва є те, що воно тягне за собою будь-які соціальні перетворення. Соціальне підприємництво акумулює все найкраще з бізнесу і держсектора. З одного боку, воно втілює в собі підприємницький дух приватного сектора, а з іншого – намагається усунути ринкові невдачі і ставить інтереси суспільства вище приватних. Тому воно служить гідною альтернативою для вирішення суспільних і екологічних проблем [11].

Соціальні підприємці відіграють роль провідників змін в соціальній сфері і володіють сильними далекоглядними якостями (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 – Особливі характеристики соціального підприємця

**джерело [21]*

Цінності соціального підприємця більш «духовні», що відрізняє соціальних підприємців від всіх інших [32;37]. Серед соціальних підприємців більше 60% вважають, що «більшості людей можна довіряти». Серед бізнесменів лише 27% дотримуються цієї позиції [22]. У соціальному підприємстві основною метою є створення суспільного добробуту [38;44]. Таким чином, соціальні підприємці

вимірюють результативність діяльності не прибутком, а позитивними змінами в суспільстві.

Соціальні підприємства створюють численні позитивні наслідки для місцевих громад. Це свідчить про необхідність більш ретельного вивчення варіантів взаємодії місцевих органів влади та соціальних підприємств (рис. 1.4).

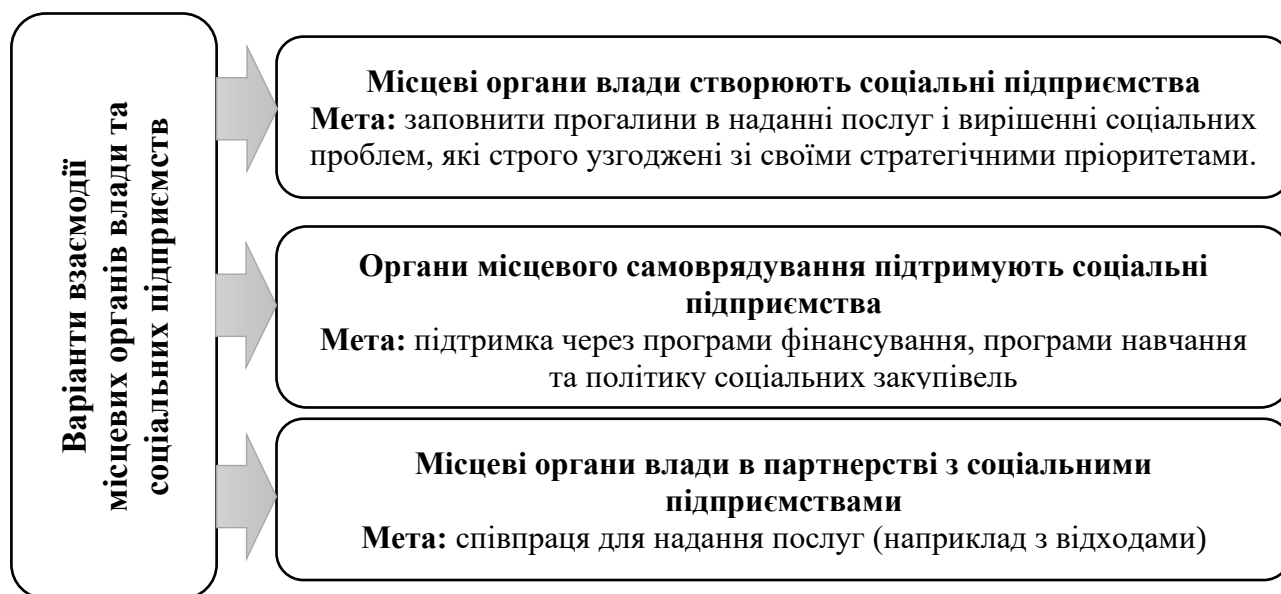


Рисунок 1.4 – Варіанти взаємодії місцевих органів влади та соціальних підприємств

**Побудовано за [40]*

Фактори, що сприяють розвитку соціального підприємництва, поділяються на дві категорії: характеристики соціального підприємця і ресурси, які вони використовували. Систематизувавши чинники можна відзначити, що соціальне підприємство має бути економічно міцною та автономною організацією (рис. 1.5).

Ефективним шляхом стимулювання розвитку соціального підприємництва на теренах України може бути наджинг [18]. В сучасних умовах людський потенціал з її моделями поведінки є вагомим чинником у вирішенні соціально-економічних проблем суспільства. Формування соціально-психологічних якостей людського потенціалу з врахуванням традицій, культурних цінностей та очікуваної реакції може мати значний ефект і на рівень розвитку соціального підприємництва. Наджинг є інноваційним методом впливу на поведінку людей і повинен активніше використовуватися в нашому суспільстві.



Рисунок 1.5 – Фактори стійкості соціального підприємництва

**джерело [21]*

Обізнаність суспільства може «підштовхнути» до того, щоб задуматися щодо ціннісних орієнтацій та можливостей допомогти обездоленим. Саме зміна системи цінностей і психології членів суспільства може стати одним із складових механізму розвитку соціального підприємництва в Україні.

Отже, успішність соціального підприємництва може бути забезпечена шляхом ефективної взаємодії зацікавлених сторін.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1 Аналіз розвитку соціального підприємництва в Україні

Соціальне підприємництво дуже широко розповсюджено на теренах Європи. За даними звіту про розвиток соціального підприємництва, який був підготовлений в рамках проекту «EU4Youth: розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні», який отримав фінансування від Європейського Союзу в Європі працює більш, ніж 2 мільйони соціальних підприємств, загальна чисельність працівників яких становить майже 11 мільйонів осіб, що свідчить про невеликі розміри середнього такого підприємства. При цьому лідером європейського регіону в розвитку соціального підприємництва вважається Велика Британія, де налічується близько 70 тис. соціальних підприємств, де працевлаштовані майже мільйон британців. Їхній сумарний внесок в економіку становить понад 24 млрд фунтів стерлінгів. За підсумками 2019 р. 68% соціальних підприємств підтримують людей з уразливих груп, 44% працевлаштовують людей з уразливих груп, 28% працюють у найбільш депресивних районах країни [28].

Враховуючи, що Україна прямує до європейської спільноти, то ми не повинні відставати і в цьому питанні. Проте, загальна чисельність соціальних підприємств станом на кінець 2020 року в Україні склала близько 1000 (рис. 2.1).

Аналізуючи динаміку розвитку соціальних підприємств в Україні, слід зазначити, що суттєвий рост кількості таких підприємств почався з 2017 року. На нашу думку, це можна пояснити такими чинниками як зростання волонтерського руху в Україні та становлення громадянського суспільства. Особливо помітним було збільшення чисельності соціальних підприємств у 2019-2020 роках.

» ОРІЄНТОВНА ДИНАМІКА РОСТУ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

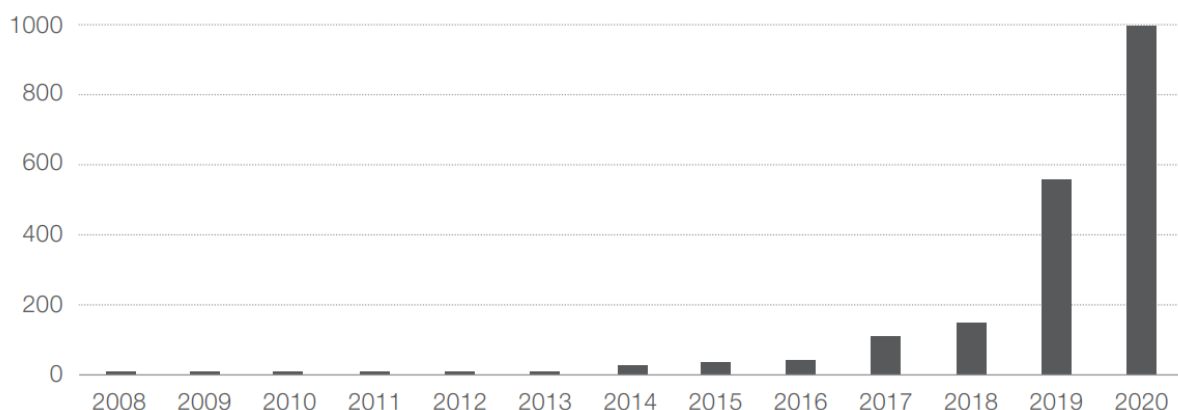


Рисунок 2.1 – Динаміка чисельності соціальних підприємств в Україні

**джерело: [28]*

Саме в останні роки внаслідок агресії росії щодо України, окупації частини Донецької та Луганської областей, анексії Криму значно зросла кількість внутрішньо переміщених осіб, що спричинило різке зростання потреби в різноманітних проектах підтримки вразливих верств населення. Головним чинником створення соціальних підприємств стала самоорганізація та підприємливість осіб з числа ветеранів АТО, внутрішніх переселенців, які не лише потребували вирішення власних соціально-економічних потреб, а і враховуючи той факт, що абсолютна більшість з них – це активна частина суспільства, яка на власному прикладі усвідомила необхідність розвитку соціального підприємництва, стали активними учасниками цих процесів (а в більшості випадків – і ініціаторами).

Географічно соціальні підприємства поширені по всій Україні, проте є й певні регіональні відмінності.

Так, найбільша частка соціальних підприємств – 20% – розташовані в Києві. На Львівщині розташовано – 10%. По 4-6% від загальної чисельності соціальних підприємств знаходяться в Полтавській, донецькій, Київській та Харківській областях, які прийняли основну частину внутрішніх переселенців.

При створенні соціальних підприємств використовуються самі різноманітні організаційно-господарські форми (рис. 2.2).

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

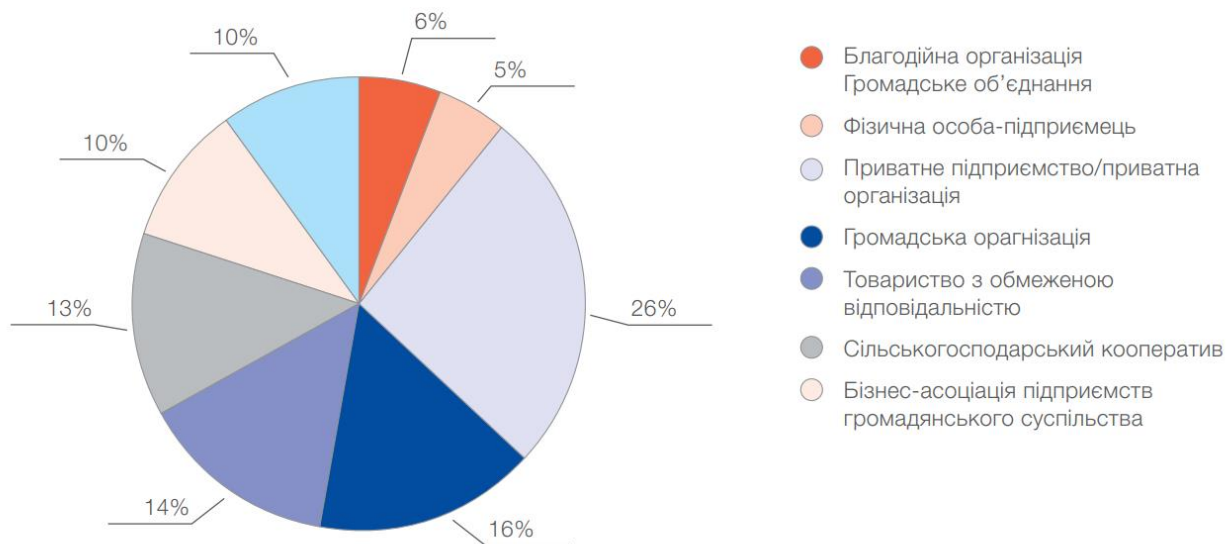


Рисунок 2.2 – організаційно правові форми соціальних підприємств в Україні, 2020 рік

*джерело: [28]

Як позує аналіз, найбільш поширеними є приватне підприємство (26%), а також громадські організації (16%), товариства з обмеженою відповідальністю (14%) та сільськогосподарські кооперативи (13%).

Багато соціальних підприємців працюють в статусі ФОПів, проте майже 82% з них тісно співпрацюють з громадськими організаціями, які є неприбутковими та займаються реалізацією соціальних проектів [28]. Така співпраця є взаємно вигідною для обох учасників співпраці. Громадські організації зміцнюють своє економічне становище, стають більш стійкими саме в економічному плані, отримують додаткові можливості для фінансування власних соціальних проектів незалежно від грантових програм, а соціальні підприємці отримують податкові пільги, розширення кола своїх клієнтів, поширення інформації про свій бізнес на території місцевих громад.

Важливим є офіційне декларування місії соціального підприємства в нормативних документах (рис. 2.3).

➤ ДОКУМЕНТ, ДЕ ЗАЗНАЧЕНА СОЦІАЛЬНА МІСІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

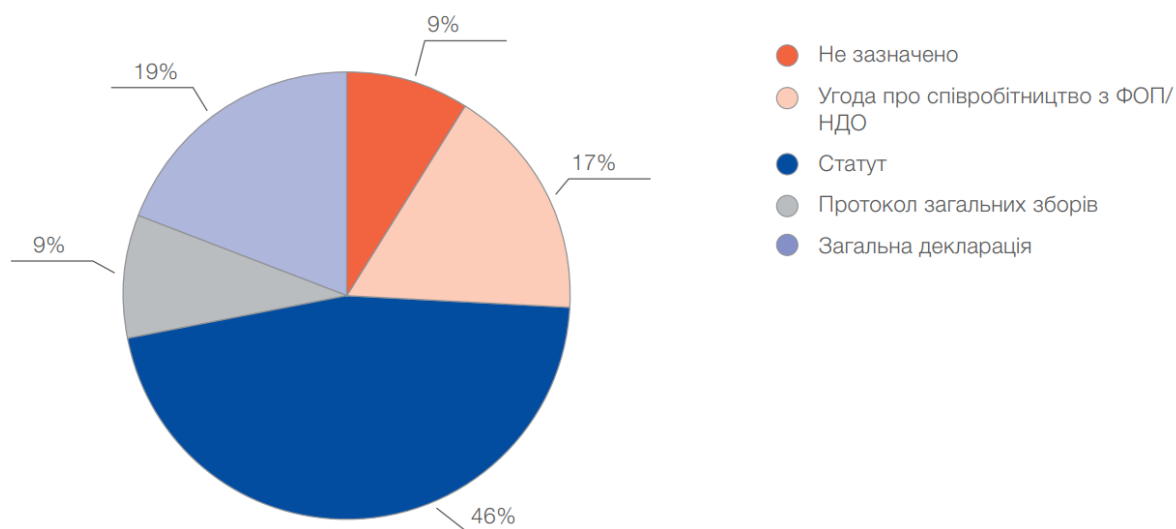


Рисунок 2.3 – Документ, де зазначена соціальна місія соціальних підприємств в Україні, 2020 рік

*джерело: [28]

Майже половина соціальних підприємств зазначає це в своєму Статуті, третина робить це у вигляді загальної декларації та підписаних угодах про співробітництво ФОПів та НДО (неприбуткових державних організацій).

Абсолютна більшість соціальних підприємств надають можливість працевлаштування особам із вразливих та незахищених груп населення, молоді та жінкам (рис. 2.4).

Більше двох третин працівників у соціальних підприємствах становить молодь до 35 років, що є дуже позитивним фактом. Більше половини працюючих – жінки.

У більшості соціальних підприємств працює до 5 осіб (31%). У 26% соціальних підприємств працює 6-10 осіб, і в 18% офіційно працевлаштовано 11-20 осіб. Лише у 15% соціальних підприємств працює понад 20 працівників. Є також соціальні підприємства, де працює 1 працівник (10%) [28].

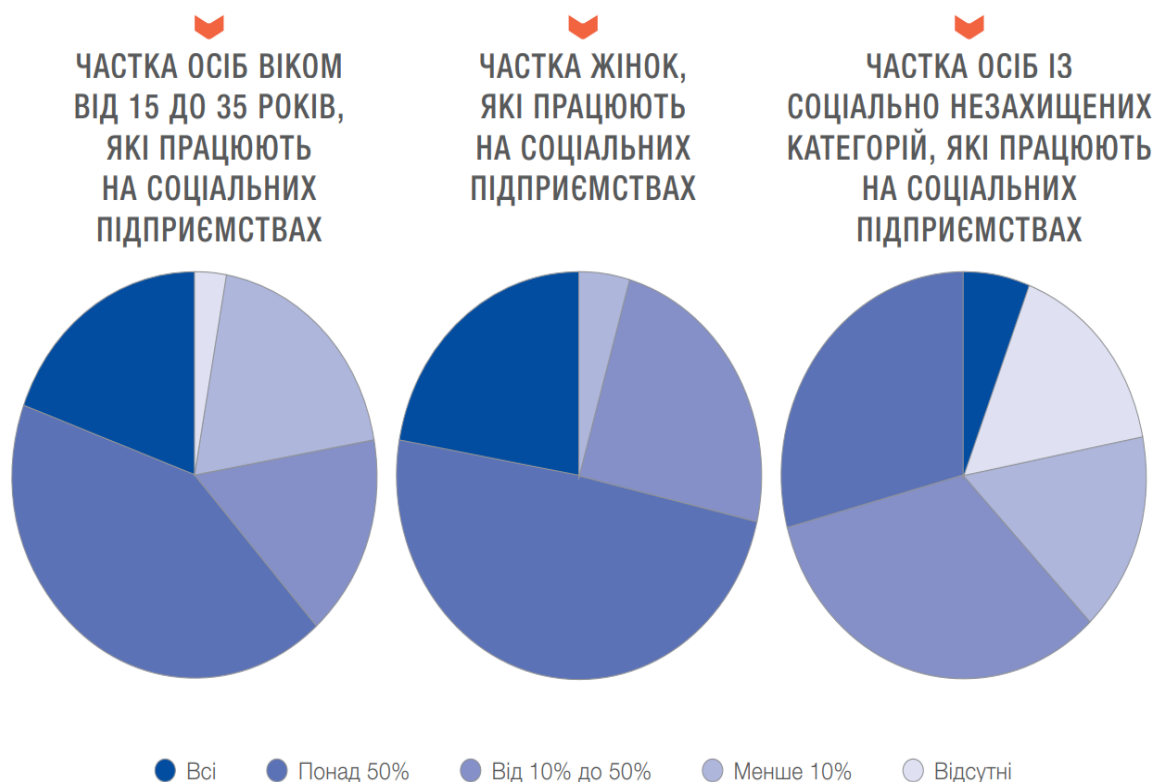


Рисунок 2.4 – Частка молоді, жінок та соціально вразливих осіб, що працюють на соціальних підприємствах в Україні, 2020 рік

*джерело: [28]

У середньому на одному соціальному підприємстві працевлаштовано 12 осіб без урахування волонтерів. Отже, ці підприємства надають робочі місця приблизно 12 тисячам особам.

Основні види діяльності соціальних підприємств Україні наведено на рисунку 2.5.

Більше третини усіх підприємств працевлаштовують осіб з категорії соціально незахищених верств населення. Майже кожне четверте соціальне підприємство заробляє прибутки для організації, кожне п'яте – заробляє гроші для фінансування соціальних послуг.

Також присутні такі види діяльності, як природоохоронна та енологічна спрямована діяльність.

» ОСНОВНІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

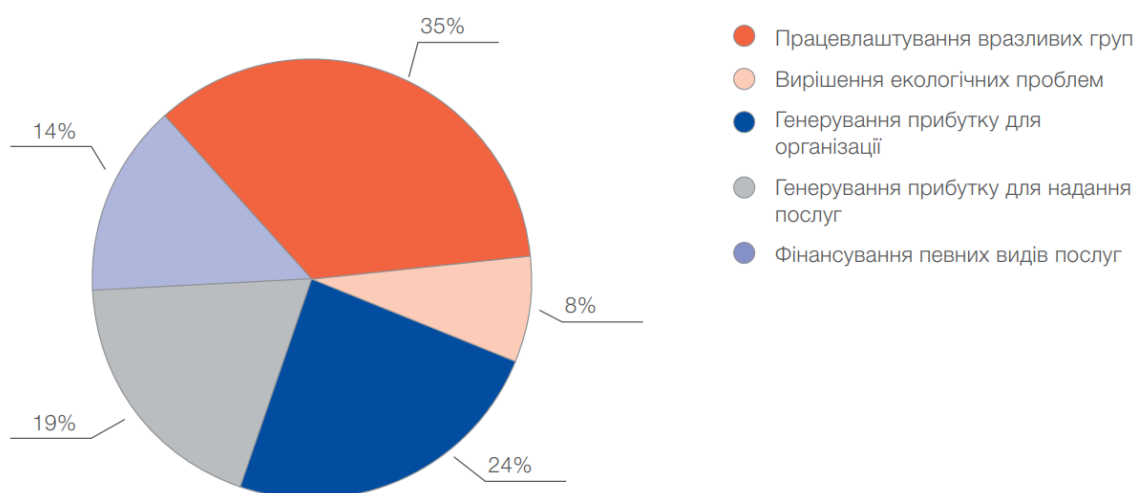


Рисунок 2.5 – Основні види діяльності соціальних підприємств в Україні, 2020 рік

*джерело: [28]

За даними досліджень соціальні підприємства в середньому надають послуги близько 80 особам на місяць або майже тисячу на рік. Це становить майже шосту частину від всієї кількості осіб з числа соціально незахищених верств населення.

Як вже говорилося раніше більше третини соціальних підприємств спрямовували свої прибутки на соціальні цілі. В цілому майже 14,5 мільйонів гривень на рік спрямовуються на ці цілі.

Соціальні підприємства працевлаштовують за рік орієнтовно 2% від загальної чисельності осіб із категорій соціально незахищених верств населення (люди з обмеженими фізичними та розумовими можливостями, внутрішньо переміщені особи, безхатченки, ветерани АТО та інші).

Таким чином, можна зробити висновок, що соціальне підприємництво в Україні в останні роки динамічно розвивається та становиться важливим чинником поліпшення соціально-економічного становища багатьох вразливих верств населення.

2.2 Загальна організаційно-економічна характеристика Роменської територіальної громади

Роменська міська територіальна громада була створена відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження адміністративних центрів та затвердження територій територіальних громад Сумської області» від 12.06.2020 №723-р. До складу Роменської міської територіальної громади входять 16 адміністративно-територіальних одиниць. Роменська міська територіальна громада нараховує 75 населених пунктів.

Місто Ромни є адміністративним центром Роменської громади; відстань від міста до адміністративного центру області – міста Суми – по автомобільній дорозі національного значення складає 104 км; до адміністративного центру сусідньої громади – міста Конотоп – 67 км, до столиці України – міста Києва – 228 км; до міжнародного аеропорту «Бориспіль» – 218 км; до залізничних станцій прямування пасажирських поїздів – 104 км до Сумського залізничного вокзалу, 67 км до Конотопського залізничного вокзалу[24].

Головним центром громади є м. Ромни, де проживає трохи більше 38 тис. населення, тобто більше половини загальної чисельності населення Роменської територіальної громади, яке складає 58,3 тис. осіб. Ромни мають статус міста обласного підпорядкування і до початку повномасштабної війни уступали за чисельністю населення в Сумській області лише Сумам, Конотопу, Шостці та Охтирці.

На території громади розташовуються гідрологічний заказник державного значення «Біловодський» та ще 13 інших об'єктів природно-заповідного фонду.

На території міста працює біля десятка промислових підприємств, які забезпечують робочими місцями більше 5 тис. працівників та є одними з головних платників податків до бюджету громади. Серед найбільш важливих можна назвати ПРАТ «Роменський завод «Тракторозапчастина», ТОВ «Таланпром», ТДВ «Роменська ГТФ», ТОВ «Роменський завод продтоварів», ПРАТ «Компанія Кобзаренко».

Згідно паспорту громади, який представлений на офіційному сайті Роменської міської ради, за рахунок бюджету громади утримується 32 заклади, з яких 12 шкіл та 10 дошкільних освітніх закладів, 3 заклади охорони здоров'я та 8 закладів соціально-культурного призначення(бібліотека, спортивні заклади, центри позашкільної освіти) [24].

Ключовим ресурсом будь якої громади є не стільки промисловий чи природний потенціал, скільки люди. Аналізуючи ситуацію із демографією в м. Ромни, слід зазначити, що вона має стійку тенденцію до погіршення рис. 2.6).

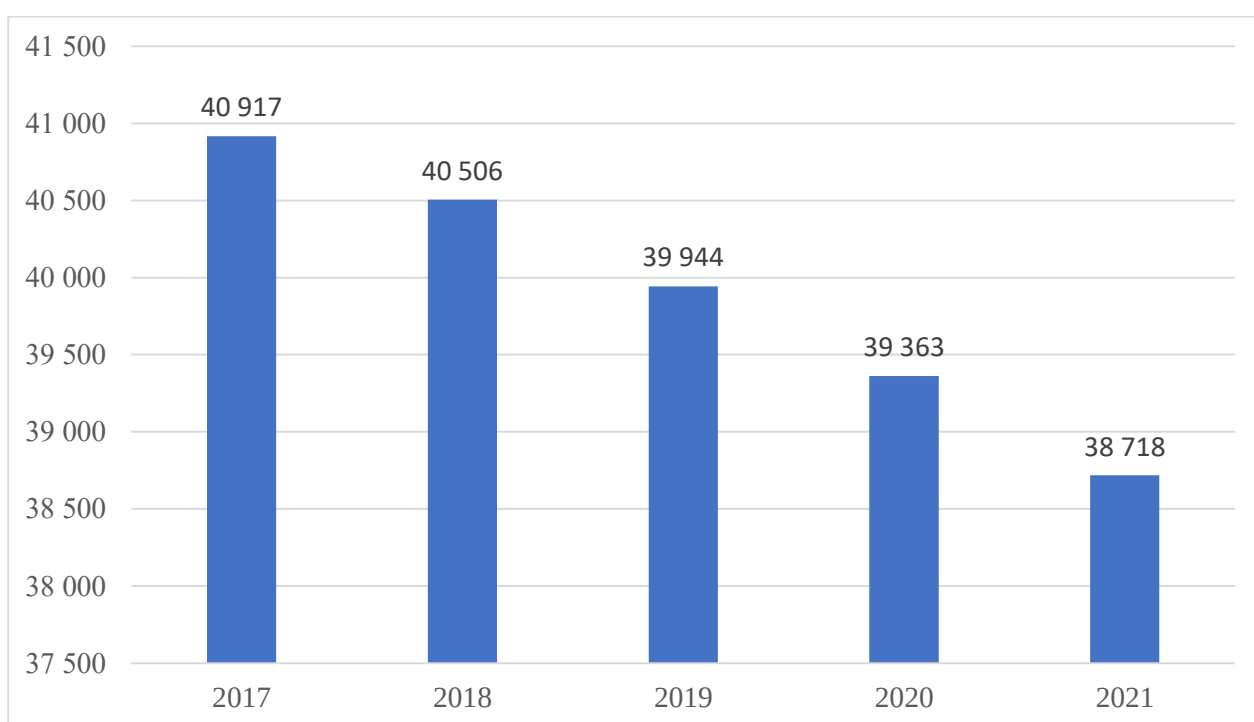


Рисунок 2.6 – Динаміка чисельності населення м. Ромни за 2017-2021 роки

**джерело: побудовано авторкою на основі [24]*

За останні роки (2017-2021) чисельність населення всієї громади зменшилася на 5,9% або на 3688 осіб, в т.ч. по м. Ромни населення скоротилося на 2192 особи, або на 5,4%. Причинами такої негативної тенденції є загальні чинники, які діють в Україні – незадовільний рівень економічного розвитку, низький рівень доходів населення (41% домогосподарств м. Ромни отримують житлову субсидію), незадовільні соціально-економічні умови проживання.

Рівень доходів в м. Ромни нижче не тільки від середньоукраїнських показників, а й від середньообласних (рис.2.7).

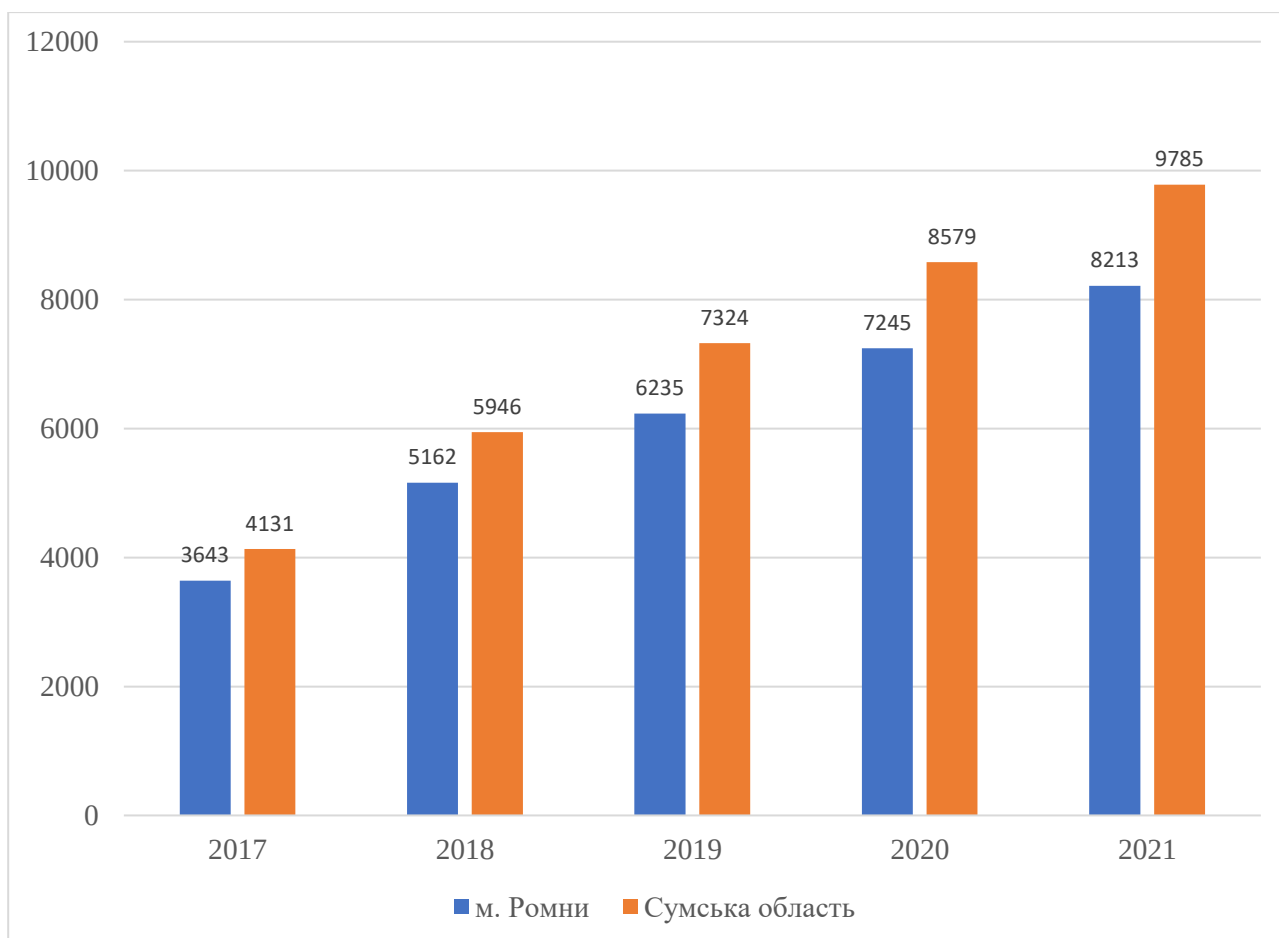


Рисунок 2.7 – Динаміка середньомісячної зарплати по м. Ромни та Сумській області за 2017-2021 роки

**джерело: побудовано авторкою на основі [24]*

Важливо відзначити, що, на жаль, розрив у рівнях зарплати не тільки не скорочується, а й навпаки зростає.

Адміністративно-територіальна реформа, яка проходить в Україні, намагається змінити ситуацію в регіонах та місцевих громадах шляхом проведення децентралізації та посилення фінансової спроможності громад. Проте, абсолютна більшість громад, і Роменська не виняток, залишаються дотаційними і не можуть обійтися без субвенцій та дотацій для утримання

соціально-культурної сфери, які складають майже половину дохідної частини бюджету громади.

Більше половини всіх власних надходжень складає податок на доходи фізичних осіб, що підтверджує важливість економічного розвитку як основи вирішення і соціально-культурних потреб мешканців громади (рис.2.8).

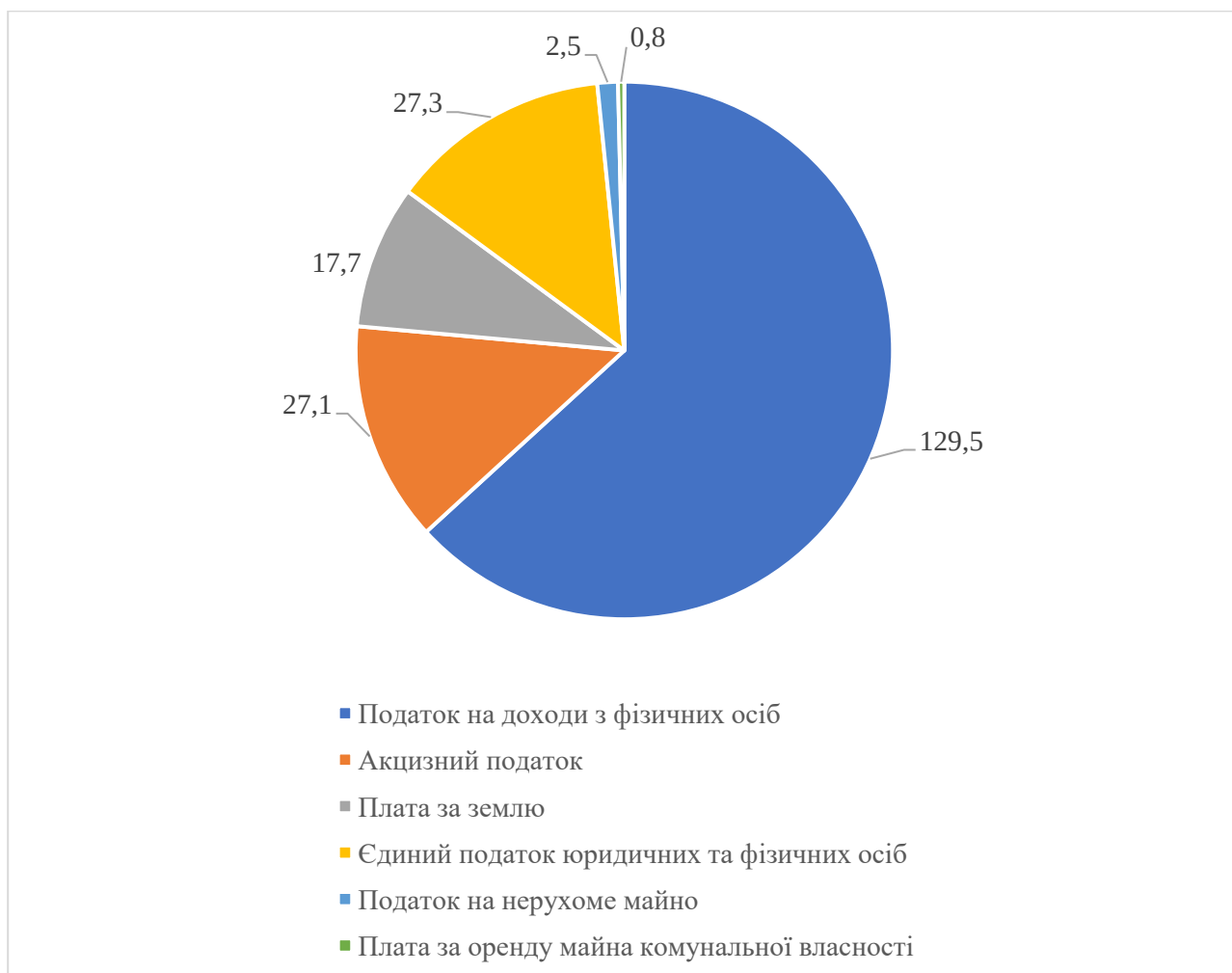


Рисунок 2.8 – Структура власних надходжень до бюджету м. Ромни, 2020 рік

**джерело: побудовано авторкою на основі [24]*

Ще чверть власних надходжень забезпечують акцизний податок та єдиний податок юридичних та фізичних осіб. Таким чином, можна констатувати, що основа доходної частина бюджету є податкові надходження пов'язані з активною економічною діяльністю, тобто з розвитком підприємництва.

Як відомо, основу підприємницького середовища в місцевих громадах складають представники малого бізнесу та фізичні особи-підприємці. Динаміка кількості зареєстрованих суб'єктів малого бізнесу та ФОПів наведена на рис. 2.9.

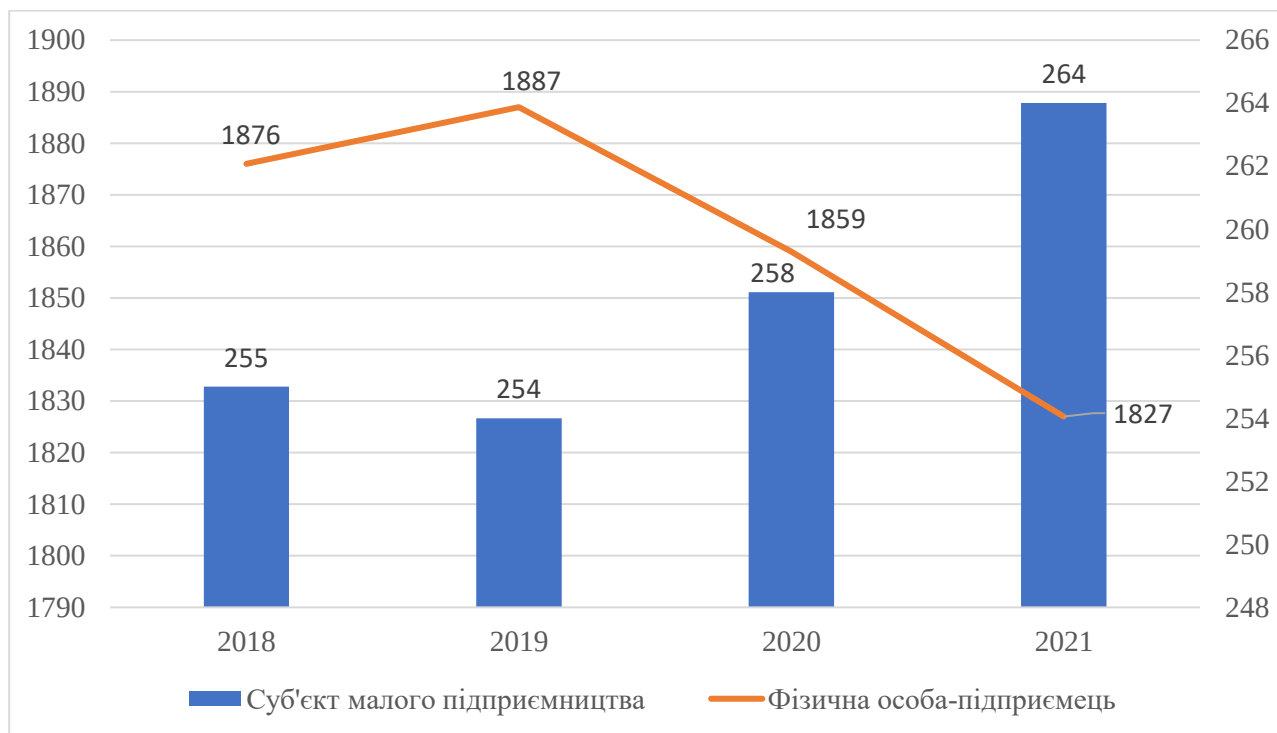


Рисунок 2.9 – Динаміка розвитку малого бізнесу та підприємництва м. Ромни, 2018-2021 рр.

**джерело: побудовано авторкою на основі [24]*

Як видно з графіку спостерігаються протилежні тенденції – при зростанні кількості суб'єктів малого підприємництва (юридичних осіб) зменшується чисельність фізичних осіб підприємців і навпаки. Це можна пояснити тим, що відбувається певна міграція підприємців із зміною статусу організаційно-правової форми господарювання. При цьому в останні роки спостерігається загальне зменшення чисельності суб'єктів малого бізнесу.

Місцева влада проводить певні заходи для поліпшення підприємницького середовища на території громади, активізації залучення місцевих мешканців до участі у бізнесі, створенні сприятливого інституціонального та інвестиційного середовища.

Зокрема в останні роки було неодноразово проведено ярмарки вакансій за участю підприємців, безробітних та інших зацікавлених осіб; проводилися навчальні семінари та були реалізовані освітні програми по основах підприємницької діяльності, дотриманню норм Податкового кодексу; надавалася фінансова допомога безробітним для започаткування власної справи; відбуваються постійні консультації та наради з Радою підприємців стосовно актуальних питань податкового законодавства, ціноутворення, проектів соціально-економічного розвитку громади.

2.2 Емпіричний аналіз розвитку соціального підприємництва в громаді

Для більш ґрунтовного аналізу теоретичних положень та визначення особливостей розвитку соціального підприємництва в територіальних громадах на наступному етапі роботи було проведено емпіричне дослідження на базі Роменської територіальної громади Сумської області.

Нами була розроблена анкета, яка дала змогу проаналізувати можливості розвитку соціального підприємництва в громаді та визначити стратегічні напрями його розвитку (Додаток Б).

У дослідженні приймало участь 50 респондентів. Характеристика досліджуваної вибірки за статтю та віком відображені на рис. 2.10.

Майже дві третини опитаних це жінки і лише 38% це чоловіки, хоча в цілому чоловіки складають в громаді майже 47%. Це можна пояснити тим, що жінки виявилися соціально більш активними при проведенні опитування. Вікова структура є рівномірною, що свідчить до високу репрезентативність отриманої вибірки. Майже 30% усіх опитаних становлять особи пенсійного віку, 28% - особи у віці 41-59 років, 22% - це люди у розквіті сил, а 20% становить молодь до 25 років.

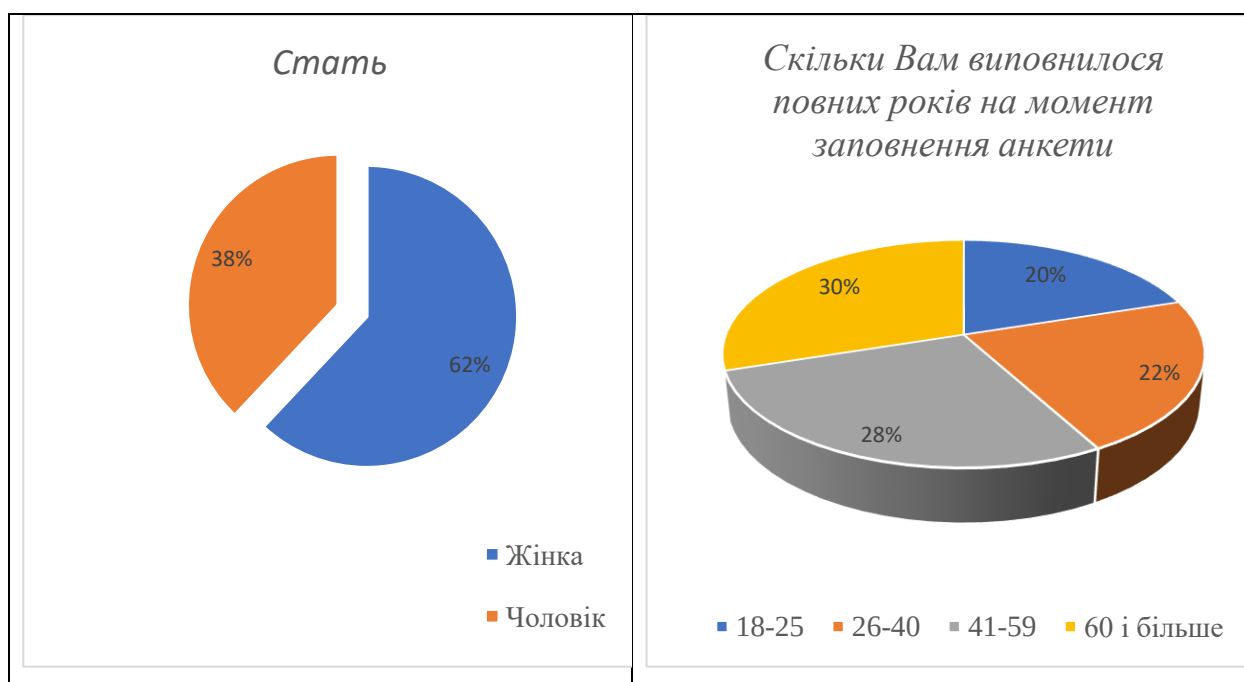


Рисунок 2.10 – Характеристика респондентів за статтю та віком

**джерело: власні дослідження авторки*

Характеристика досліджуваної вибірки за сферою зайнятості та рівнем доходу наведена на рис. 2.11.

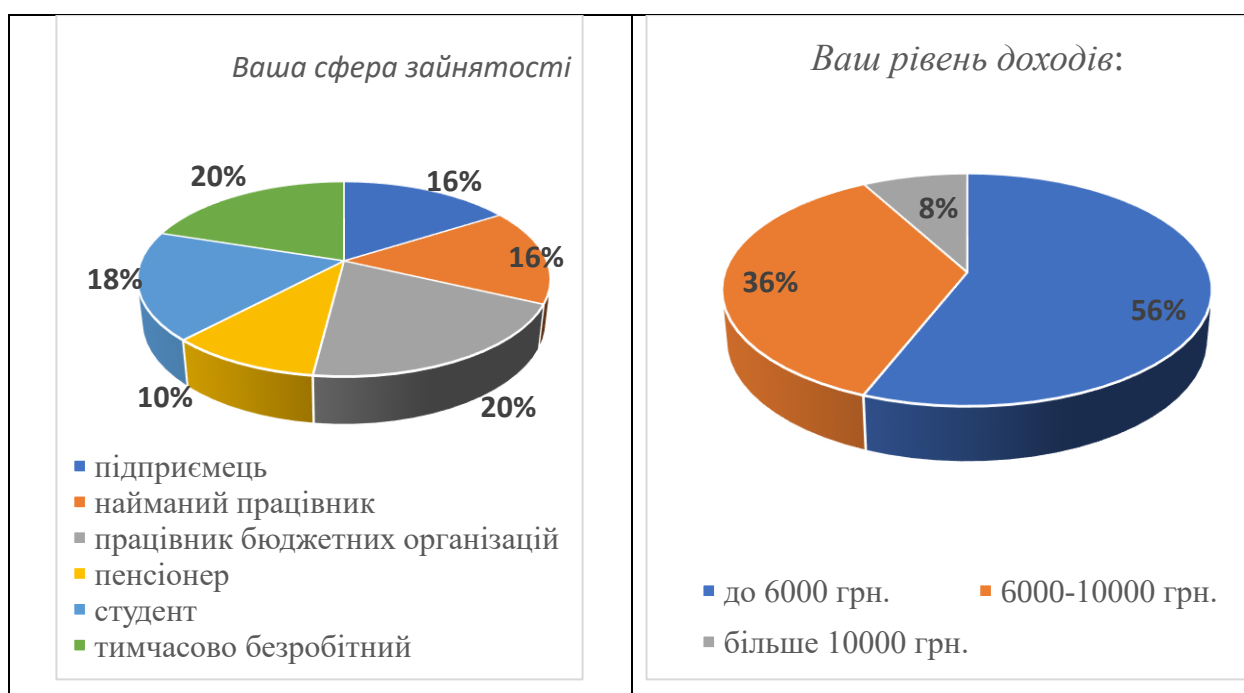


Рисунок 2.11 – Характеристика респондентів за сферою зайнятості та рівнем доходу

**джерело: власні дослідження авторки*

За сферою зайнятості більш-менш рівномірно розподілені опитані, а за рівнем отриманого доходу більше половини опитаних отримують мінімальні доходи і лише 8% отримують доходи, вищі за середній розмір зарплати по м. Ромни, який знаходиться на рівні близько 9 тис. грн на місяць.

На запитання стосовно того, як би ви охарактеризували себе з точки зору відношення до підприємницької діяльності (рис. 2.12) майже чверть опитаних займаються підприємництвом (24%), проте лише 6% мають великий досвід підприємництва, 12% є початківцями у бізнесі.



Рисунок 2.12 – Характеристика респондентів за відношенням до підприємницької діяльності

**джерело: власні дослідження авторки*

Ще 6% лише погоджуються незабаром відкрити власну справу. Серед решти опитаних, половина має бажання відкрити власний бізнес, а половина не бачить себе підприємцями. На думку опитаних мешканців найбільше сповільнює розвиток громади безробіття та низькі доходи (рис.2.13).

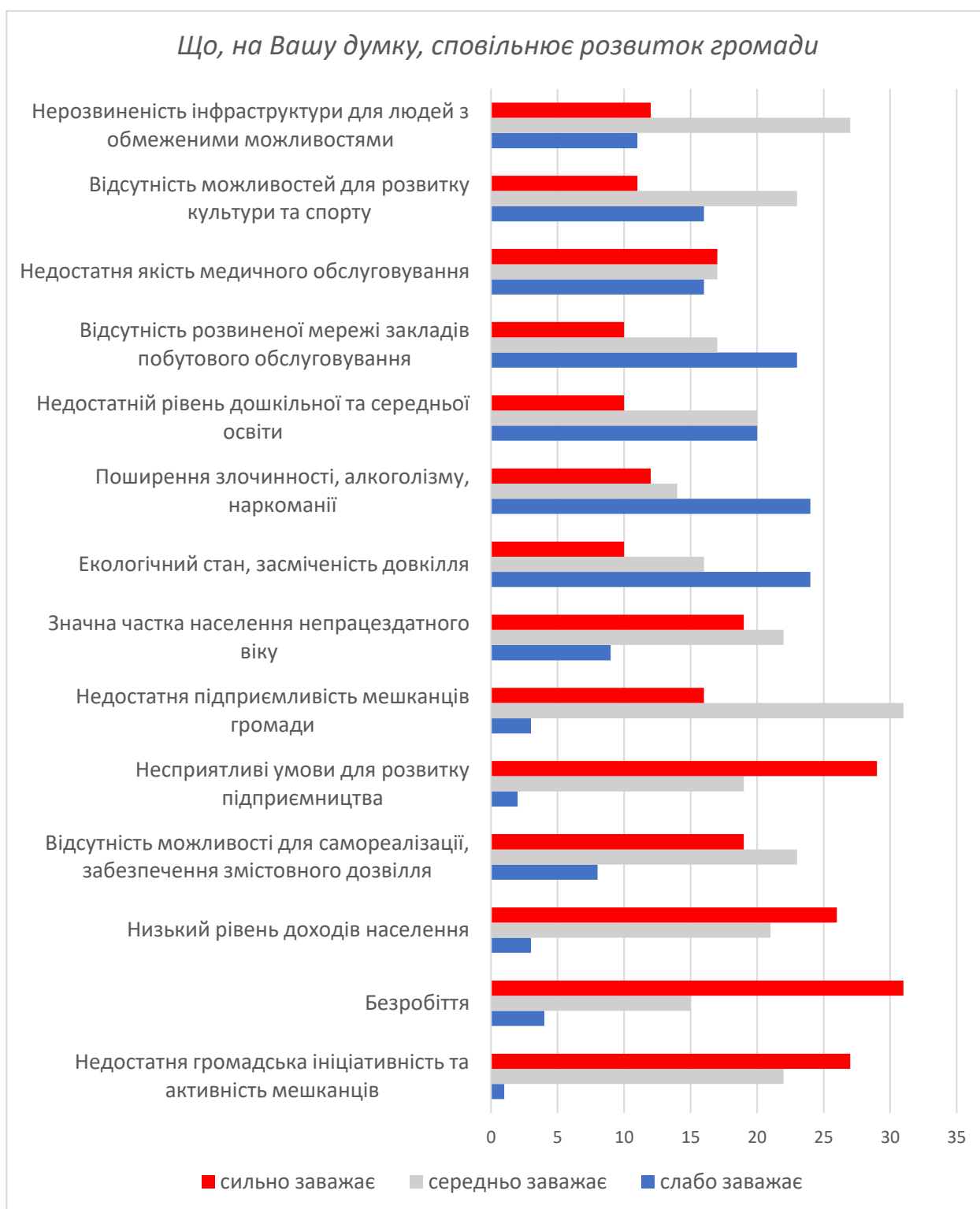


Рисунок 2.13 – Чинники, сповільнюють розвиток громади, %

**джерело: власні дослідження авторки*

Серед найважливіших факторів, що заважають розвитку респонденти визначили несприятливі умови для розвитку підприємництва та недостатню ініціативність та активність мешканців. Водночас такі соціально-культурні

чинники як рівень розвитку освіти, медичного обслуговування, екологічний стан, нерозвиненість мережі закладів побутового обслуговування не настільки є важливими для гальмування розвитку громади. Досить суттєвою проблемою з точки населення є несприятлива демографічна структура громади та відсутність можливостей для самореалізації, що є одним з факторів відтоку молоді з громади до обласного центру, великих міст України, а також за кордон.

Найбільш пріоритетними завданнями, котрі необхідно здійснити для розвитку громади для респондентів є зменшення рівня безробіття (78%) та розвиток малого бізнесу, як засіб вирішення проблеми зайнятості (70%) (рис.2.14).



Рисунок 2.14 – Пріоритетність завдань, котрі необхідно здійснити для розвитку громади за результатами опитування, %

**джерело: власні дослідження авторки*

Більшість респондентів (64 %) зазначили, що в громаді сприятливі умови для розвитку бізнесу (2.15).

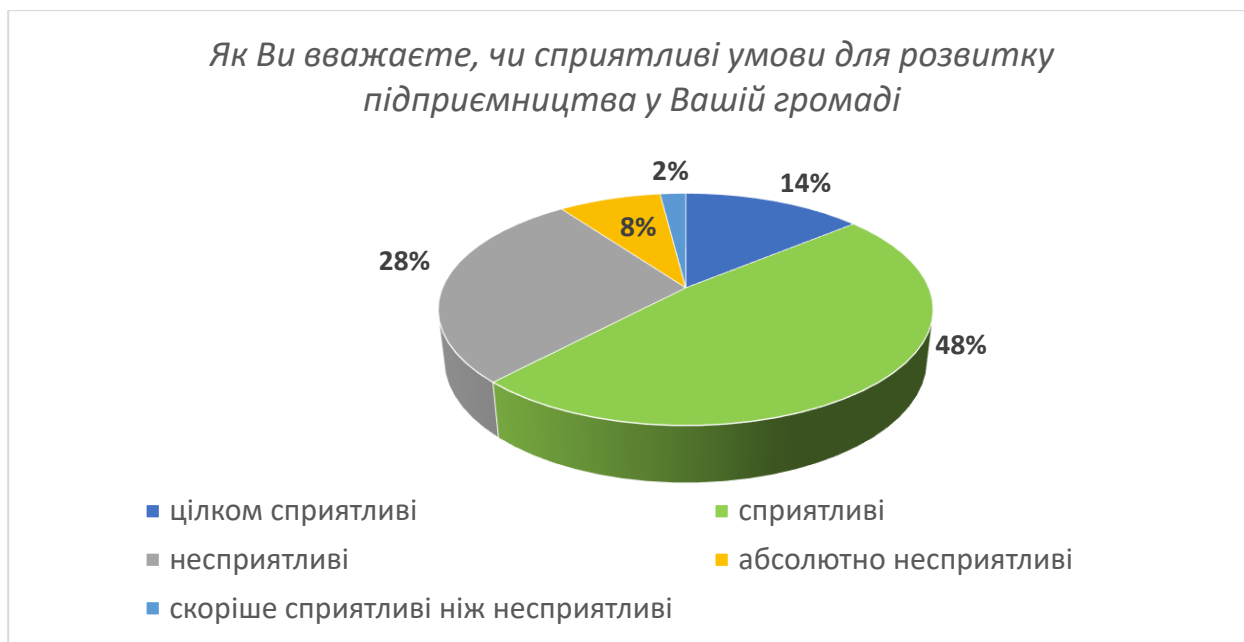


Рисунок 2.15 – Оцінка сприятливості умов для розвитку підприємництва у громаді за результатами опитування, %

**джерело: власні дослідження авторки*

Лише 8% взагалі не бачать умов для розвитку підприємництва, а більше чверті опитаних вважають такі умови несприятливими.

При оцінці визначальних факторів успіху в бізнесі до найбільш впливових чинників відносяться мотивація і зацікавленість зайнятих, вміння шукати нові ідеї, співпраця з місцевою владою (рис. 2.16).

Водночас управлінський досвід, вміння ризикувати та сприятливе зовнішнє середовище мають з точки зору опитаних найменший вплив.

На визначення ієрархії ключових чинників впливають гендерні відмінності (додаток В та додаток Г). Для жінок пошук нових ідей та лідерські якості є найбільш впливовими чинниками на відміну від чоловіків, для яких такими є професійні знання та мотивація зайнятих.

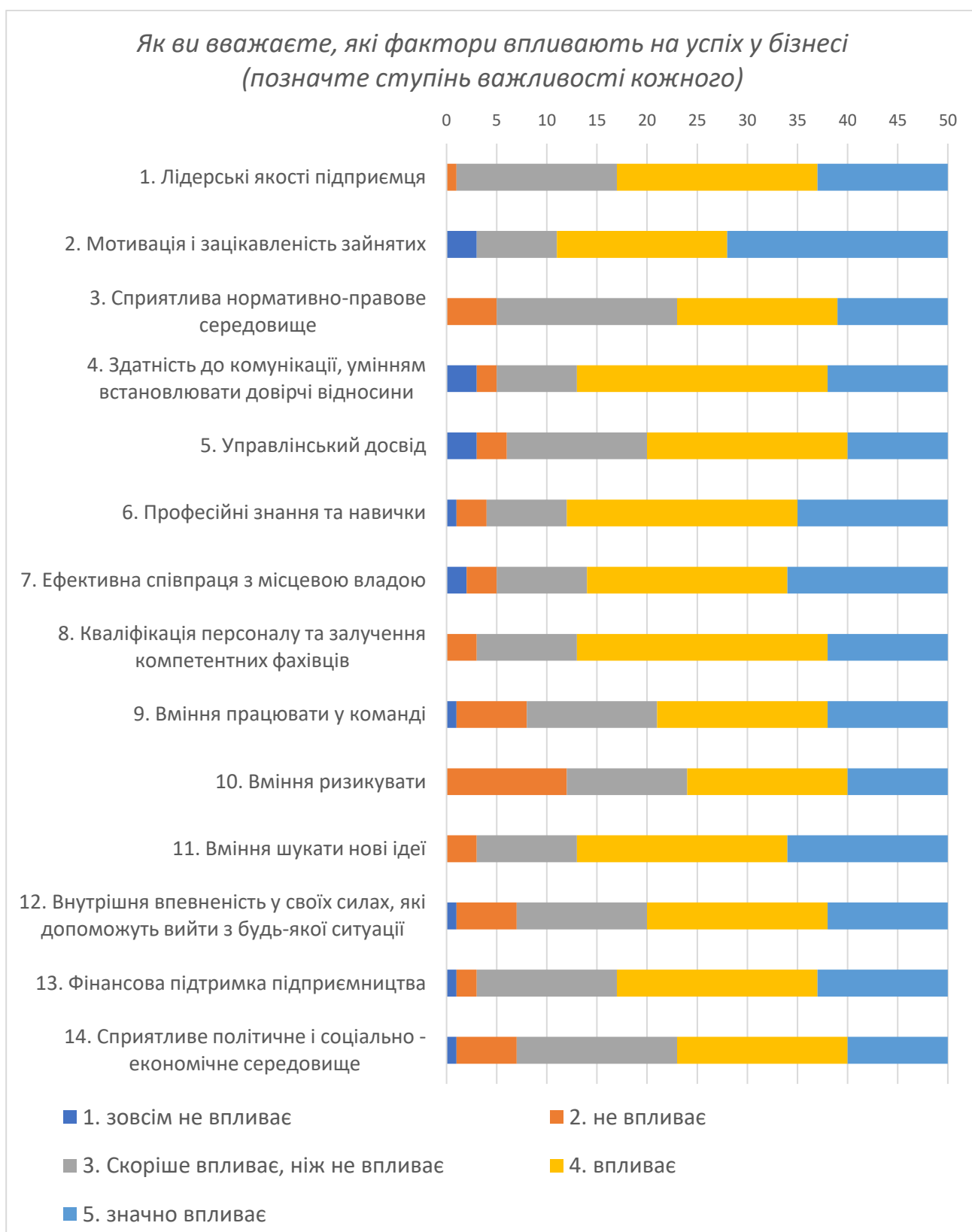


Рисунок 2.16 – Оцінка визначальних чинників успіху бізнесу за результатами опитування, %

**джерело: власні дослідження авторки*

Абсолютна більшість респондентів (86-88%) вважає, що бізнес повинен не лише отримувати прибуток, а й приймати участь у вирішенні соціальних проблем громади (рис.2.17).



Рисунок 2.17 – Судження щодо цілей та призначення бізнесу

**джерело: власні дослідження авторки*

Абсолютна більшість вважає, що в громаді є не лише потреба (94%) а й можливості (92%) для розвитку соціального підприємництва (рис.2.18).

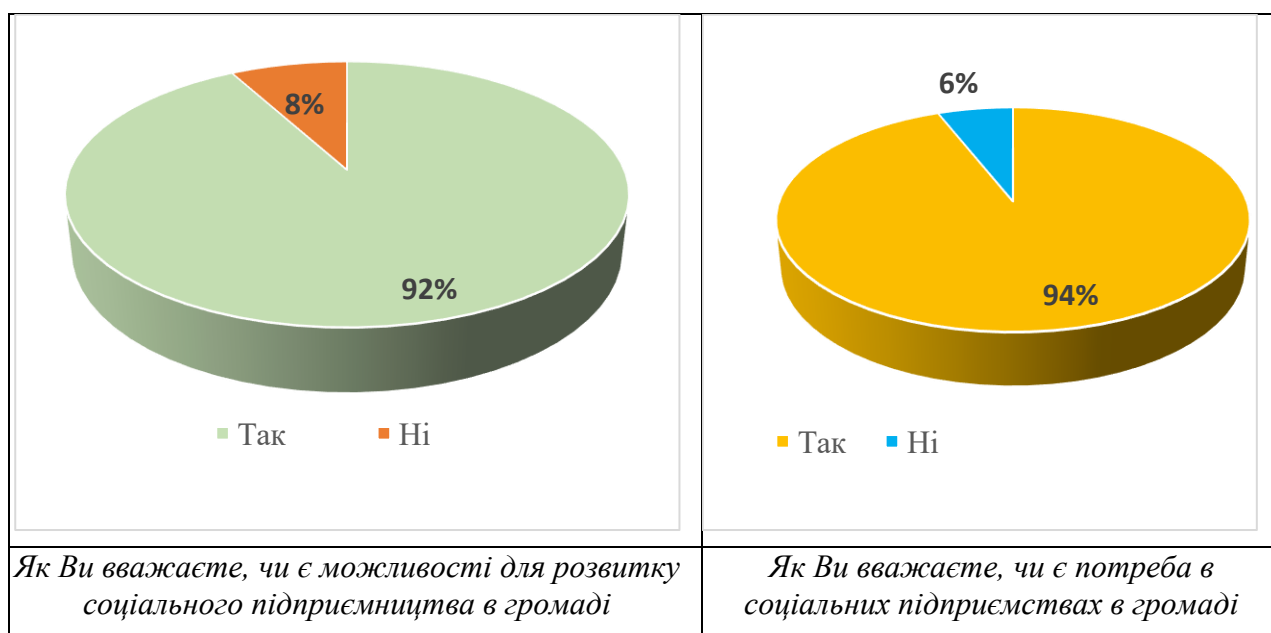


Рисунок 2.18 – Результати опитування щодо можливості та потреби розвитку соціального підприємництва в громаді

**джерело: власні дослідження авторки*

Майже три чверті опитаних знає, що таке соціальне підприємництво (рис.2.19).



Рисунок 2.19 – Відповіді респондентів щодо обізнаності з поняттям соціального підприємництва

**джерело: власні дослідження авторки*

Лише один з чотирьох опитаних не знає сутності цього поняття.

Серед найбільш важливих ознак, що характеризують соціальне підприємництво, респонденти головною назвали створення робочих місць і забезпечення зайнятості соціально незахищених груп населення – 36% (рис.2.20).



Рисунок 2.20 – Відповіді респондентів щодо найбільш важливих ознак соціального підприємництва, %

**джерело: власні дослідження авторки*

На другій та третій позиції відповідно опинилися прагнення до позитивних змін в суспільстві (23%) та першочерговість соціальної місії над комерційною (21%).

Аналіз показує, що 41% з опитаних підприємців займалися благодійністю, проте, тільки кожен шостий створював робоче місце для соціально вразливих верств населення (рис.2.21).

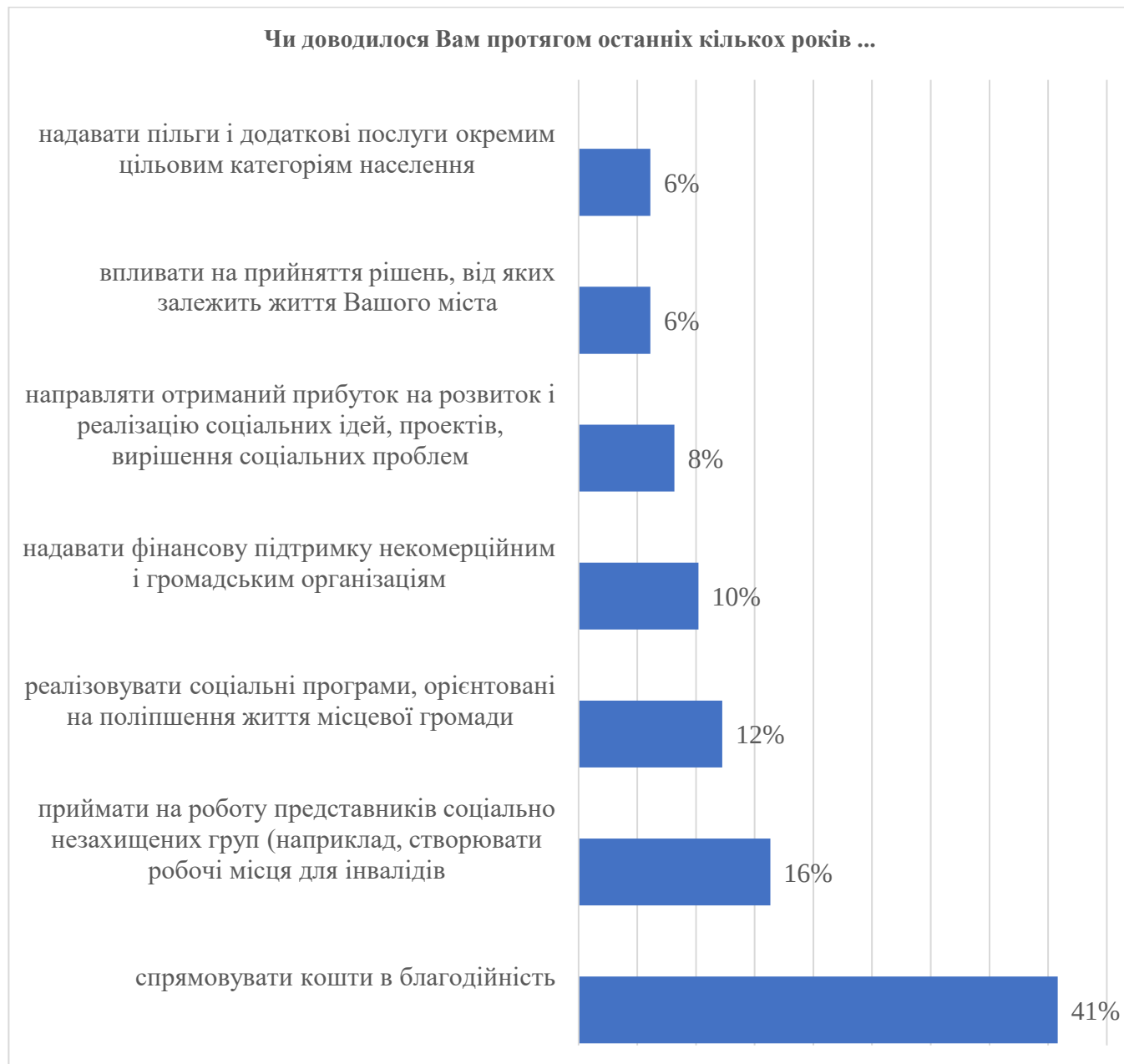


Рисунок 2.21 – Участь респондентів у вирішенні соціальних проблем

**джерело: власні дослідження авторки*

Ще менше приймали участь у програмах соціального характеру в громадах (12%).

Надавав фінансову підтримку некомерційним і громадським організаціям кожен десятий підприємець. Лише 8% направляли отриманий прибуток на розвиток і реалізацію соціальних ідей, проектів, вирішення соціальних проблем. І лише по 6% опитаних надавали пільги і додаткові послуги окремим цільовим категоріям населення та впливали на прийняття рішень, від яких залежить життя рідного міста.

Аналіз отриманих відповідей показав суттєву гендерну різницю у відповідях, які мотиви спонукають займатися бізнесом (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Результати опитування щодо мотивів бізнесу за гендерною відмінністю респондентів

<i>Відомо, що люди займаються бізнесом, маючи різні цілі, мотиви. Виберіть, будь ласка, з представленою списку не більше трьох мотивів, найбільш важливих для Вас особисто</i>	жінки	чоловіки
Підвищення особистого матеріального стану	25%	27%
Прагнення до самостійності і незалежності	17%	14%
Бажання бути корисним суспільству;	17%	10%
Прагнення змінити світ на краще	13%	9%
Самоствердження в професії, реалізація професійних здібностей;	10%	10%
Турбота за тих, хто поряд	8%	9%
Прагнення реалізувати свої амбіції та певну ідею	7%	10%
Досягнення успіху в суспільстві, бажання підвищити свій авторитет в очах оточуючих	4%	11%

**джерело: власні дослідження авторки*

Так, жінки (38%) більше віддають перевагу суспільним мотивам, ніж чоловіки (28%), натомість у чоловіків особистісні мотиви більш яскраво виражені – 48% проти 36% у жінок.

Аналіз результатів опитування свідчить про існування гендерних проблем через підвищене завантаження сімейно-побутовими проблемами в першу чергу (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Результати опитування щодо нерівності за гендерною відмінністю респондентів

<i>Чи згодні Ви з думкою, що в сфері підприємницької діяльності більшість жінок відчуває нерівність своїх можливостей для досягнення успіху в порівнянні з чоловіками</i>	жінки	чоловіки
Ні, я вважаю, що це всього лише стереотип, у чоловіків і жінок однакові можливості	39%	26%
Так, оскільки більшість чоловіків не відносяться до жінок, як до рівноправних партнерів, і жінкам приходится постійно доводити, що вони не гірше чоловіків	13%	26%
Так, оскільки жінка несе подвійне навантаження – дім і робота, що заважає їй на рівних конкурувати з чоловіками	45%	37%
Вагаюсь у відповіді	3%	11%

Джерело: власна розробка на основі емпіричних даних

При цьому, серед чоловіків значно більше тих, хто це бачить, ніж серед жінок. Це свідчить, на нашу думку, що психологічно жінки більш готові до зменшення гендерної нерівності – частка жінок, які не вважають що вони мають менше можливостей для досягнення успіху в бізнесі в 1,5 рази більша ніж у чоловіків. Порівняння етичних установок чоловіків і жінок дозволяє зробити наступний висновок: в бізнесі жінки сильніше залежать від інших, і тому їх принципи і етичність бізнесу в більшій мірі визначаються моральними принципами.

Таким чином, жіноче підприємництво має особливу структуру мотивацій занять бізнесом, яка відрізняється від мотивацій чоловіків. На перше місце в їх ієрархії виходить саме бажання соціальної самореалізації. Так, саме розвиток жіночого бізнесу сприяє більшою мірою подолання феномена бідності, націлений на поліпшення якості життя людини.

Для успішного старту підприємницької діяльності потрібно чимало чинників. Респондентам було задано питання, що саме у них є для започаткування власної справи.

Результати відповіді демонструє рис. 2.22.

16. Що із запропонованих чинників у Вас є для старту бізнесу:

47 відповідей

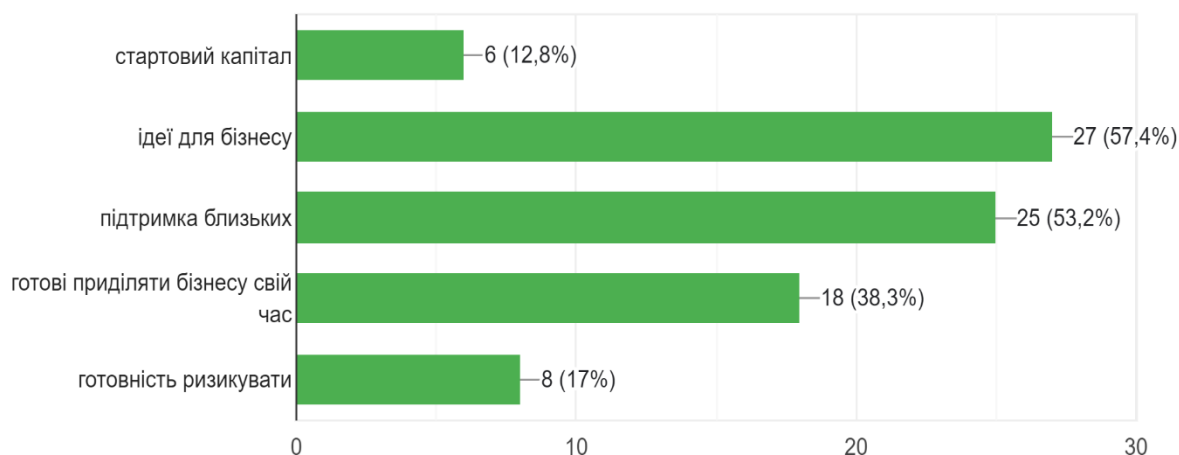


Рисунок 2.22 – Відповіді респондентів щодо чинників для старту бізнесу

**джерело: власні дослідження авторки*

Більше половини опитаних мають, на наш погляд ключову складову – ідею власного бізнесу (57,4%), а також – підтримку близьких (53,2%), що є вельми важливим для того, щоби наважитися на початок бізнесової діяльності, яка, як відомо є достатньо ризикованою у фінансовому аспекті.

Натомість наявний стартовий капітал має лише кожен восьмий з опитаних і лише один з шести психологічно має готовність ризикувати.

Головним мотивом, який змушує людей займатися бізнесом залишається особиста матеріальна зацікавленість (рис. 2.23).

Три чверті опитаних таким чином підтвердили давно відомий факт, що головним стимулом є матеріальна зацікавленість (особливо в умовах невисокого загального рівня отримуваних доходів). Майже половина опитаних серед найважливіших мотивів бачить прагнення до самостійності та економічної незалежності. І більше третини респондентів (38%) спонукальним фактором відзначають бажання бути корисним суспільству. Саме це є основою, на наш погляд, для існування непоганих перспектив розвитку соціального підприємництва в громаді!

17. Відомо, що люди займаються бізнесом, маючи різні цілі, мотиви і т.п. Виберіть, будь ласка, з представленого списку не більше трьох мотивів, найбільш важливих для Вас особисто:
50 відповідей

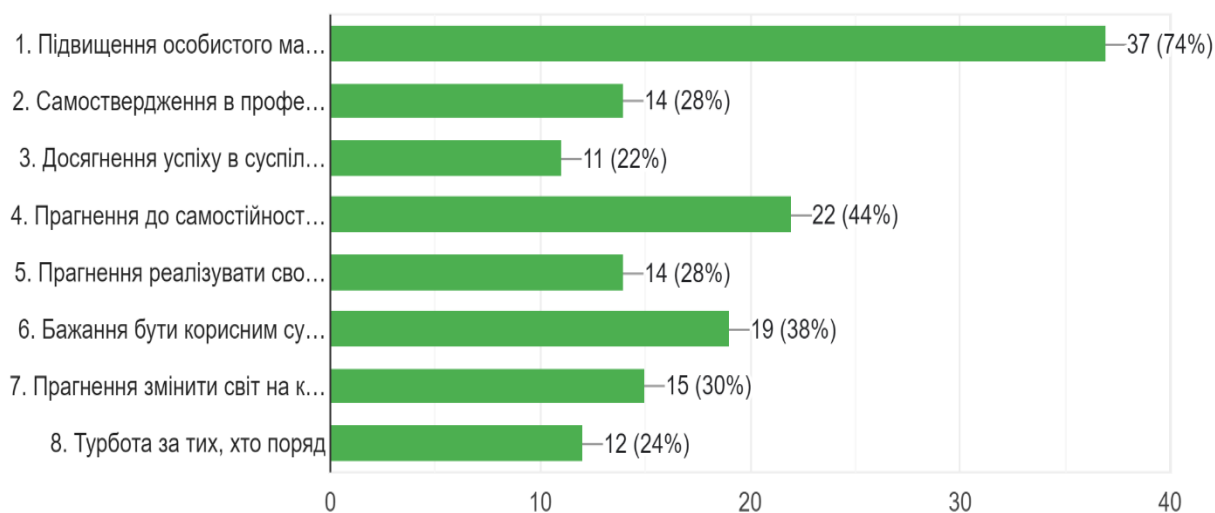


Рисунок 2.23 – Відповіді респондентів щодо мотивів для старту бізнесу

**джерело: власні дослідження авторки*

Водночас приблизно половина з опитаних підприємців не готова займатися соціальним підприємництвом, але ж друга половина - готова! (рис. 2.24)

25. Чи готові Ви займатися соціальним підприємництвом
50 відповідей

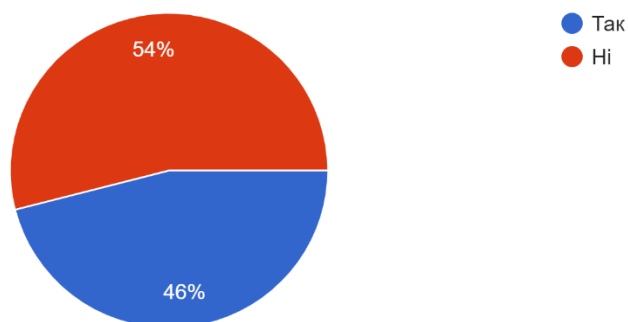


Рисунок 2.24 – Відповіді респондентів щодо готовності займатися соціальним підприємництвом

**джерело: власні дослідження авторки*

Якщо врахувати той факт, що в сучасних умовах рівень матеріального достатку навіть серед підприємців є невисокий, то такий результат – кожен другий – є підставою для оптимістичних прогнозів щодо перспектив розвитку соціального підприємництва в громаді.

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

3.1 Бізнес моделювання соціального підприємства на основі дизайн мислення

Важливим при створенні і розвитку соціальних підприємств є розуміння моделей. Основні моделі соціального підприємництва різняться між собою ланкою бізнес ланцюжка на якому створюється додана вартість для вирішення соціальної проблеми [9;27;36;41]. Розглянемо ключові характеристики цих моделей.

Модель працевлаштування. В основі цієї моделі покладено принцип працевлаштування соціально вразливих категорій населення. Прикладом може слугувати підприємство «Good Bread from Good People» (м. Київ). (рис.3.1).

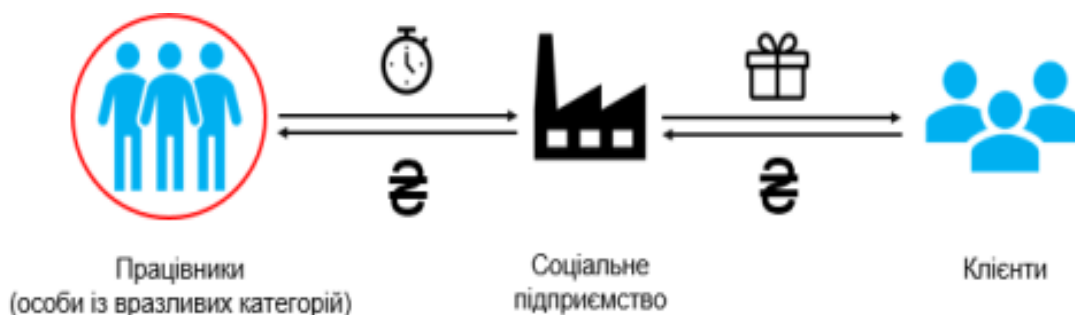


Рисунок 3.1 – Модель працевлаштування

За цією моделлю вирішується проблема соціальної адаптації та складнощів у працевлаштуванні в першу чергу осіб із ментальною інвалідністю (аутизм, синдром Дауна, розумова відсталість). Такі підприємства займаються випічкою хлібобулочної продукції та виготовленням кондитерських виробів. Вказані вище категорії осіб працюють під наглядом супроводжуючих.

Модель платних послуг (fee-for-service model). В основі цієї моделі покладено надання послуг для осіб із інвалідністю (на візках). Прикладом реалізації такої моделі є підприємство із Гонконгу «Diamond Cab». (рис.3.2)

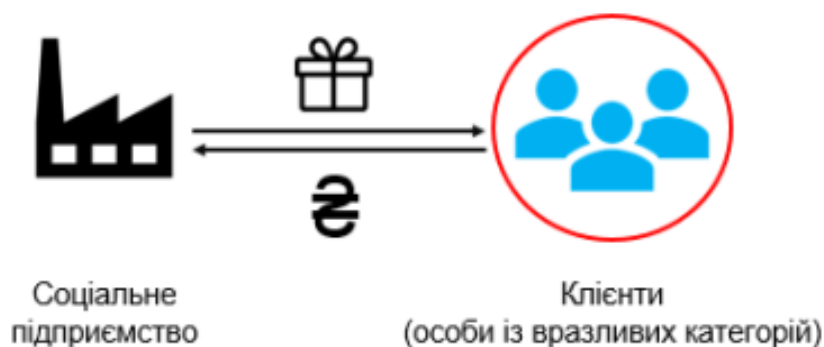


Рисунок 3.2 – Модель платних послуг

Згідно цієї моделі вирішується проблема непристосованості громадського транспорту для маломобільних груп населення. Підприємство надає якісні спеціалізовані послуги по перевезенню людей на інвалідних візках за допомогою спеціально обладнаних транспортних засобів.

Модель посередника ринку (market intermediary model). Суть цієї моделі – надання послуги доступу до ринку та підвищення продажної вартості товарів, які виробляють дрібні товаровиробники. Приклад – «Творча формація «Ряба Вош» (м. Луцьк) (рис. 3.3).



Рисунок 3.3 – Модель посередника ринку

В даному випадку ринковий посередник закупає продукти, які виробляють клієнти а потім продає ці продукти на роздрібних ринках за рахунок надбавки. Модель посередника ринку часто використовують соціальні підприємства у сфері сільського господарства, ремісництва (хенд мейд) та маркетингу.

Модель підтримки підприємців (entrepreneur support model). Ця модель передбачає надання соціальним підприємством послуг з підтримки бізнесу своїй цільовій аудиторії: фірмам та приватним підприємцям з числа малозабезпечених жителів сільської місцевості. Прикладом реалізації цієї моделі є банк «Гремін» (Бангладеш) (рис.3.4).



Рисунок 3.4 – Модель підтримки підприємців

Типи підприємств, які застосовують цю модель: фінансові установи, консалтингові агентства, установи, які надають професійні послуги (бухгалтерська, юридична та ринкова інформація). За цією моделлю вирішується проблема доступу до тривалого мікрофінансування підприємців з числа малозабезпечених жителів сільської місцевості, у яких не вистачає власних для отримання традиційного банківського кредиту. Засновник банку «Гремін» Мухаммад Юнус вважається одним із перших соціальних підприємців у світі і є лауреатом Нобелівської премії миру 2006 року за зусилля спрямовані на створення економічного та соціального розвитку «знизу».

Модель підтримки людей з низькими доходами (low-income client as market model). Ця модель є варіацією моделі платних послуг і передбачає продаж товарів та послуг особам, які здатні задовольнити лише свої базові потреби. Прикладом є компанія «VisionSpring» (м. Нью Йорк, США) (рис. 3.5). Дохід заробляється за рахунок продажів. Проте, через низькі доходи цільової аудиторії в цій моделі досягнення фінансової сталості може бути складним завданням. Соціальне підприємство повинно спиратися на розробку креативних систем розподілу, зниження виробничих та маркетингових витрат, досягнення високої операційної ефективності.

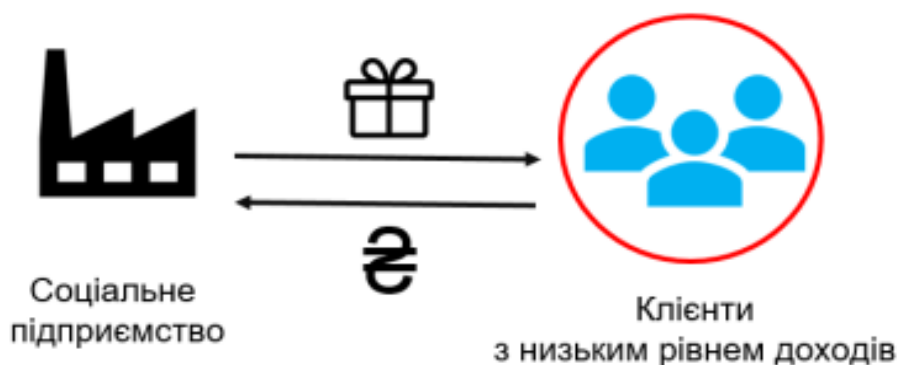


Рисунок 3.5 – Модель підтримки людей з низькими доходами

За оцінками експертів у світі близько півмільярда людей мають потребу в окулярах, але через низький рівень доходів не можуть собі їх купити. Компанія «VisionSpring» виробляє високоякісні окуляри з низькою собівартістю та високою надійністю. Компанії вдається тримати ціни від 2 до 8 доларів США за пару і вона вже реалізувала більше 1,6 млн. окулярів.

Модель «зв'язковий ринку» (market linkage model). За цією моделлю передбачено сприяння розвитку торговельних відносин між цільовою аудиторією: дрібними товаровиробниками та зовнішнім ринком. Соціальне підприємство функціонує як брокер, який зв'язує покупців із виробниками за що отримує платню. На відміну від моделі «посередник ринку» цей тип соціального підприємства не продає продукцію клієнтів, а з'єднує клієнтів з ринками. Прикладом реалізації такої моделі є «PhytoTrade Africa» (м. Лондон, Великобританія) (рис.3.6).



Рисунок 3.6 – Модель «зв'язковий ринку»

«PhytoTrade Africa» є некомерційною торговою асоціацією, яка сприяє сталому розвитку та справедливій торгівлі у південній частині Африки. Основною метою є розвиток ділових партнерських відносин між сільськими виробниками та покупцями – європейськими компаніями. Соціальне підприємство зв'язує сільських виробників у шести південноафриканських країнах безпосередньо з постачальниками, покупцями, оцінювачами якості, фахівцями з розробки продуктів. Крім того, асоціація допомагає своїм клієнтам захищати експортні контракти та надає клірингові послуги супроводу досліджень африканських натуральних продуктів.

Модель підтримки організації (organizational support model). Модель передбачає основну бізнес-діяльність окремо від програми, яка має соціальний вплив. Прибутки від діяльності соціального підприємства спрямовуються на фінансування витрат соціальної програми та операційних витрат некомерційної материнської організації. При цьому основний фокус залишається на соціальному впливі, а не прибутку (рис.3.7).



Рисунок 3.7 – Модель підтримки організації

Прикладом є крамниця солодощів «Гості» (м. Краматорськ). Це магазин чаю, кави, солодощів та інших смаколиків. Частину товарів з асортименту виготовляли інші соціальні підприємства. 80% від прибутку виділяється громадській організації «HUB Громадських Ініціатив» на фінансування неформальних освітніх програми для молоді і громадських організацій Донецької області. Раз на три місяці крамниця «Гості» робить публічний звіт про доходи, витрати та чистий прибуток.

Для досягнення вищого рівня соціального впливу фундаментальні моделі можуть поєднуватися. Наприклад, «Veterano Pizza» окрім працевлаштування ветеранів війни, надають знижки та «підвішені піци» клієнтам-ветеранам, займаються поставками піци на передову та передають частину прибутку на підтримку дітей, батьки яких не повернулись з фронту.

Для генерування інноваційних рішень з орієнтацією на потреби людини використовують Стенфордський метод дизайн-мислення (Design Thinking) (рис.3.8). Він полягає в застосуванні неочікуваних ідей, що приводять до найкращого вирішення проблеми [40].

Використовуючи вище вказаний метод нами запропоновано наступні ідеї для розвитку соціального підприємництва в громаді:

Сімейний центр «Метелик» – навчання, освіта, взаємодія всіх поколінь і їх об'єднання. Завдання Центру – зайняти бабусь і дідусів, вивільнити час для батьків, дати змогу дітям спілкуватися з літніми людьми (послуга «бабуся чи дідусь на годину»), підготувати пари, які планують дитину, до батьківства (спілкування з дітьми, робота психолога), сімейне консультування, творчі заняття, тренінги для батьків. Для звичайних сімей Центр проводить консультації на платній основі, забезпечуючи, таким чином, можливість проводити роботу з сім'ями, які потрапили в складну життєву ситуацію, на безоплатній основі.

Волонтерами можуть працювати студенти останніх курсів Сумського педагогічного університету.

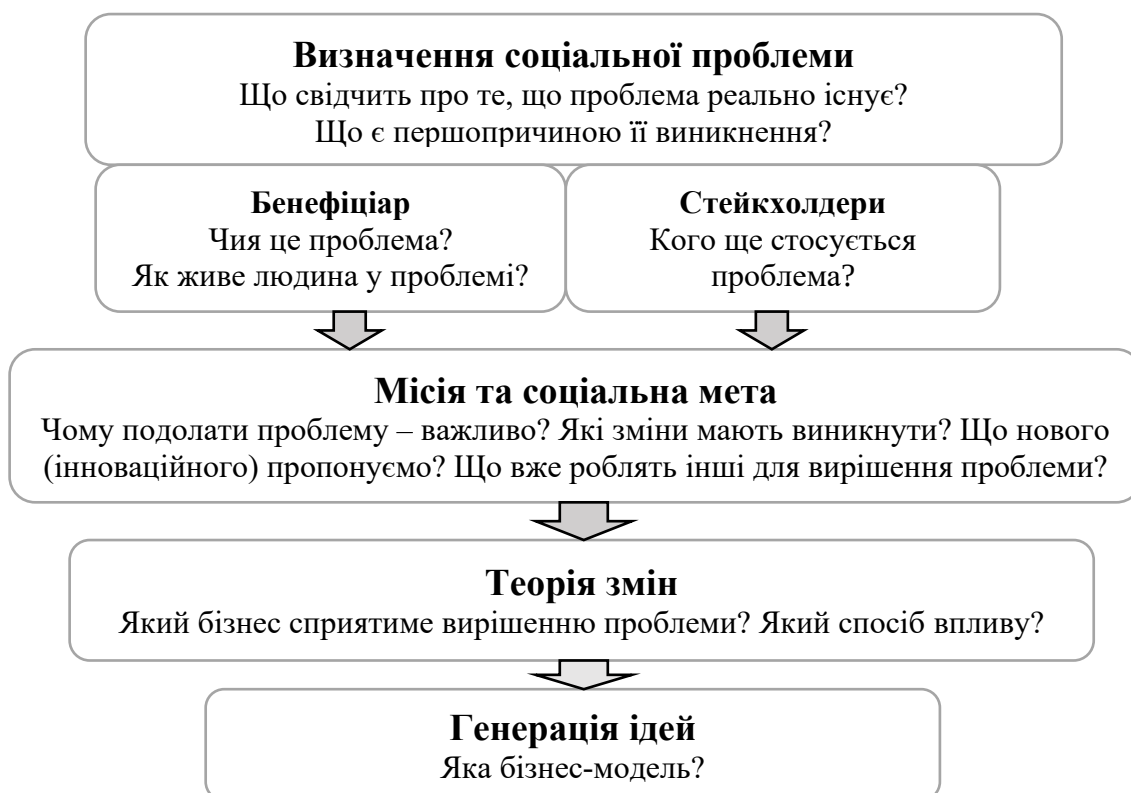


Рисунок 3.8 – Design Thinking в створенні соціального підприємства

*модифіковано за [2;34;40]

Агенція з надання послуг доглядальниці для неходячих хворих, які перебувають вдома або в лікарні. Соціальний підприємець може вийти на даний ринок і завоювати його за рахунок невисоких цін і якісного обслуговування. Цільовою аудиторією організації в цьому випадку можуть стати неходячі хворі, які перебувають під опікою родичів вдома, а також люди, які лежать в лікарні (для надання належного догляду).

Онлайн-магазин з продажу зроблених вручну сувенірів, виробів, килимків, одягу та інших речей. Це надасть можливість талановитим надомникам налагодити канали збуту, отримувати стабільний дохід і освоювати роль підприємця. Враховуючи той факт, що в останні роки онлайн-торгівля зростає значно швидше ніж торгівля в цілому, такий варіант є досить привабливим для багатьох надомників.

3.2 Основні напрями розвитку соціального підприємництва

Проаналізувавши основні бізнес моделі соціального підприємства надзвичайно важливим було узнати думку самих мешканців громади.

Респондентам було запропоновано вибрати найбільш прийнятний варіант соціального підприємства для громади. При цьому 66% респондентів вибрали створення сімейного центру (рис. 3.9).



Рисунок 3.9 – Результати опитування щодо можливих варіантів соціальних підприємств в громаді, %

**джерело: власні дослідження авторки*

Аналіз показав значну відмінність поглядів респондентів в залежності від статі (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Результати опитування щодо можливих варіантів соціальних підприємств в громаді

Як Ви вважаєте, який варіант соціального підприємства буде найбільш прийнятним для Вашої громади	жінки	чоловіки
Агентство з надання послуг доглядальниці для неходячих хворих, які перебувають вдома або в лікарні	39%	32%
Агентство з надання послуг няні по догляду за дітьми	16%	21%
Виготовлення та реалізація виробів ручної роботи та просування власних брендів, хендмейду	26%	11%
Сімейний центр	48%	95%
Центр психологічної підтримки	13%	37%

**джерело: власна розробка на основі емпіричних даних*

Чоловіків значно більше ніж жінок турбують сімейно-психологічні проблеми, водночас частка жінок, яка бажає підприємницької підтримки індивідуальної трудової діяльності, більше ніж в 2 рази, ніж частка чоловіків.

При оцінці варіантів взаємодії місцевої влади та соціальних підприємців виявлено, що більшість респондентів зорієнтовані на партнерство та підтримку соціального підприємництва і лише один з чотирьох опитаних вважає, що саме влада повинна створювати соціальні підприємства, а не приватні особи (рис. 3.10).



Рисунок 3.10 – Можливі варіанти взаємодії місцевої влади та соціальних підприємців

**джерело: власні дослідження авторки*

Отже, необхідно налагодити діалог між органами влади, громадськими організаціями та бізнес-структурами щодо створення умов для розвитку соціального підприємництва та механізмів підтримки участі жінок у підприємстві, а також показати успішний досвід поєднання бізнесу та сім'ї.

Займатися підприємництвом (особливо соціальним) в наш час дуже непросто і абсолютна більшість підприємців (96,6%) потребує в цьому допомоги (рис. 3.11).



Рисунок 3.11 – Можливі варіанти допомоги місцевої влади підприємцям

**джерело: власні дослідження авторки*

Результати опитування респондентів з числа підприємців та тих з них, хто твердо вирішив зайнятися бізнесом у найближчий час, показують, що найбільше потребують підприємці знань: 58,6% опитаних відчують потребу у консультаційній допомозі, 41,4% хочуть пройти навчання з питань ведення бізнесу, 37,9% зацікавлені у обміні досвідом. Майже половина опитаних мають потребу у фінансовій підтримці.

Важливість розвитку малого та середнього бізнесу, підприємництва зафіксована і в нормативних документах Роменської громади, де зокрема в Стратегії розвитку Роменської міської територіальної громади на період до 2027

року та план заходів на 2021 – 2023 роки з її реалізації передбачена реалізація наступних заходів:

- підвищення ефективності функціонування інформаційно-консультаційного пункту при роменській міській раді з метою подальшого надання усіх необхідних консультацій для представників малого та середнього бізнесу а також тих, хто вирішив започаткувати власну справу;
- удосконалення діяльності місцевих органів влади в сфері надання адміністративних послуг;
- спрощення та оптимізація нормативного регулювання (в межах повноважень місцевої влади) підприємництва задля ефективної регуляторної політики;
- покращання співпраці із регіональними організаціями підтримки розвитку підприємництва, такими як Сумський обласний фонд підтримки підприємництва та рада підприємців в Сумській області, для більш широкого залучення місцевих представників малого та середнього бізнесу то регіональних проектів розвитку;
- активна участь місцевих органів влади та представників бізнесу у різноманітних програмах, а також грантах на різних рівнях, які спрямовані на підтримку та розвиток підприємництва;
- сприяння та допомога у фінансуванні діяльності стартапів, що спрямовані на розвиток пріоритетних для громади та регіону напрямків економічної діяльності;
- залучення представників бізнесових структур до участі у програмах стажування, підготовки та перепідготовки кадрів (як управлінських, так і робітничих) для підприємницьких структур;
- підвищення рівня необхідних знань, компетенцій та умінь, необхідних для участі в процесі зовнішньоекономічної діяльності та перспективи розвитку експертного потенціалу економіки громади;

- покращення медійного забезпечення та інформаційного простору для різноманітних ярмарок, виставок та інших заходів з метою розширення існуючих ринків збуту продукції місцевих підприємців [30].

Також даною Стратегією передбачені певні критерії та показники для моніторингу ходу виконання запланованих заходів. Зокрема для моніторингу діяльності Інформаційного пункту підприємців, який функціонує на базі ЦНАП передбачені два кількісні показники: кількість видів наданих інформаційно-консультаційних послуг та загальна кількість отриманих послуг суб'єктами підприємницької діяльності. З метою фінансової підтримки місцевою владою розроблено та затверджено «Порядок використання коштів Роменської міської територіальної громади, передбачених для надання часткової компенсації сплачених відсотків за кредитами, отриманими суб'єктами малого підприємництва у державних банківських установах». Для моніторингу та контролю передбачено теж два показники: кількість підприємців, які скористалися даною програмою часткової компенсації та обсяг фінансування, спрямованого на часткову компенсацію [30].

3.3 Організаційно-економічне обґрунтування проєкту створення сімейного центру «МЕТЕЛИК»

Враховуючи той факт, що за результатами опитування найбільшу підтримку отримав такий варіант соціального підприємництва, як сімейний центр, ми розробили проєкт його створення.

Для створення центру необхідно мати відповідне приміщення, де будуть розташовуватися:

- ❖ дитяча ігрова кімната;
- ❖ кабінети психолога;
- ❖ тренажерний зал;
- ❖ кімнати для творчості;
- ❖ конференц-зал для проведення зустрічей, тренінгів і т.ін.

Штатними співробітниками центру будуть двоє фахівців: психолог та вихователь-методист. Решта фахівців залучається на тимчасовій основі: або на платних засадах або як волонтери.

В рамках взаємодії та співробітництва із місцевою владою передбачається, що даний центр буде мати змішану форму власності: серед засновників не лише приватні особи, а й Роменська територіальна громада.

В якості своєї частки в статутному капіталі центру громада надає приміщення в центральній частині м. Ромни (колишній кінотеатр), яке можна без значних капіталовкладень переобладнати під потреби центру. Є принципова домовленість із місцевою владою про застосування пільгової орендної плати за використання даного приміщення.

Витратна частина проекту складається із разових витрат на проведення поточного ремонту та часткової реконструкції приміщень та закупки необхідних меблів та обладнання (інвестиційна складова).

Потреба в інвестиціях складає 1250 тис. грн (табл.3.2).

Таблиця 3.2 – Інвестиційні витрати та джерела фінансування

Види витрат	Сума, тис. грн	Джерело фінансування
Поточний ремонт та часткова реконструкція приміщень	960	Кошти місцевої громади
Придбання меблів та обладнання (стілці, столи, тренажери, килими в дитячу кімнату, іграшки, офісна техніка та ін.)	160	Гранти+ Вишеградського фонду для Західних Балкан та країн Східного партнерства
	130	Грант в рамках програми підтримки соціального підприємництва від «House of Europe» (фінансується ЄС)
Разом	1250	

**джерело: власна розробка*

Частину коштів, які необхідні для ремонту приміщень, надасть міська громада, решту (для закупки обладнання) планується отримати через грантову підтримку, зокрема в рамках Гранту Вишеградського фонду для Західних Балкан та країн Східного партнерства а також Гранту в рамках програми підтримки соціального підприємництва від «House of Europe», який фінансується ЄС.

Крім того щорічні витрати складаються із вартості комунальних послуг, оплати праці штатних працівників, оплати залучених фахівців, витрат на канцелярські, офісні матеріали та інші витрати.

Доходна частина проекту складається із плати за проведення консультацій сімейного психолога, тренінгів та батьківської плати за дітей.

Поточні витрати на експлуатацію центру складуть 480 тис. грн (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Поточні витрати, тис.грн

Види витрат	Сума
Зарплата штатних працівників з відрахуваннями	360
Зарплата залучених фахівців	20
Оренда приміщень	12
Комунальні послуги	53
Поточний ремонт	40
Інші поточні витрати	5
Разом	480

**джерело: власна розробка*

Зарплата штатних працівників з відрахуваннями планується на рівні 15 тис. грн на місяць на 1 особу ($15 * 2 * 12 = 360$). Зарплата залучених фахівців планується з розрахунку 1 запрошення на тиждень на 2 години протягом року (50 тижнів) із оплатою 400 грн. за консультацію ($400 * 50 = 20$ тис.).

Вартість оренди приміщень планується пільговою на рівні 1 тис. грн на місяць (враховуючи, що центр буде діяти в рамках партнерських відносин і виконувати соціальну місію та діяти фактично без прибутків).

Вартість комунальних послуг включає вартість опалення, електро- та водопостачання. Інші витрати включають витрати на засоби для прибирання приміщень, папір та інші дрібні витрати.

Доходи центру плануються в розмірі 480 тис. грн. Основою цих доходів є плата за проведення консультацій штатним психологом (20 днів на місяць протягом 11 місяців) з розрахунку 3 години в день (решта часу буде відведена для безоплатних консультацій) в розмірі 150 грн/год. Таким чином, вартість доходу

$= 3 * 150 * 20 * 11 = 99$ тис. грн. Крім того, планується, що щодня в центрі будуть в середньому знаходитися не менше 20 дітей. Вартість занять з дітьми буде складати 50 грн/день. За рік сума доходу становитиме 360 тис. грн ($20 * 50 * 360 = 360$ тис. грн). Також планується отримання доходів від реалізації квитків на консультації та тренінги, що проводитимуть залучені фахівці в розмірі 21 тис. грн.

Таким чином центр буде працювати на принципі самоокупності поточних витрат. Величина оплати послуг центру для мешканців є цілком прийнятною і реальною. Враховуючи те, що він буде функціонувати в м. Ромни (чисельність населення на 01.01.2022 становить 38,5 тис. осіб [17], то затребуваність такого роду послуг є достатньо високою.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі розглянуто стан та перспективи розвитку соціального підприємництва в місцевих громадах на прикладі м. Ромни Сумської області. Проведений аналіз даної проблеми дозволив прийти до наступних висновків.

1. Узагальнення існуючих в літературі підходів до визначення сутності категорії «соціальне підприємництво» дало можливість визначити її як підприємницьку діяльність, спрямовану на пом'якшення або вирішення соціальних проблем. У науковій літературі соціальне підприємництво розуміється як засіб створення суспільно значимих благ. Це відносно нова сфера досліджень, яка розглядає соціальну дію та її результат і висвітлює роль «вбудованості» ініціатора та учасників соціального підприємництва в суспільні структури і системи цінностей. Одним із дискусійних питань залишається статус соціального підприємництва як самостійної сфери дослідження та самостійного явища суспільної та економічної діяльності. Однією з головних відмінних соціальних рис підприємництва є те, що воно дає пріоритет створенню суспільного продукту над прибутком і використовує для досягнення соціального блага соціальні та економічні інновації, що в результаті сприяє прискоренню соціальних змін і задоволенню суспільних потреб. При цьому соціальне підприємництво виступає в різноманітних формах в залежності від соціально-економічних і культурних умов, а також конкретних завдань, які ставляться.

2. Проведене нами емпіричне дослідження показало, що в громаді соціальне підприємництво знаходиться в нерозвиненому стані. Важливим для становлення соціального підприємництва є його сприйняття. Учасники опитування демонструють адекватне розуміння сенсу соціального підприємництва, їх уявлення кардинально не розходяться з уявленнями фахівців і експертів. Свою місію сьгоднішні підприємці бачать в тому, щоб надавати підтримку соціально незахищеним групам, допомагати у зміцненні сім'ї і вихованні дітей, профілактики негативних соціальних явищ.

3. Аналіз результатів опитування свідчить про існування гендерних проблем через підвищене завантаження сімейно-побутовими проблемами в першу чергу. Спостерігається також значна гендерна відмінність щодо мотивів займатися бізнесом.

4. Запропоновані нами стратегічні напрями розвитку соціального підприємництва в територіальній громаді були позитивно сприйняті респондентами та органами самоуправління. Найбільш прийнятним варіантом соціального підприємства для громади за результатами опитування є створення сімейного центру.

5. Запропонований проєкт сімейного центру: центр буде працювати на принципі самоокупності поточних витрат. Величина оплати послуг центру для мешканців є цілком прийнятною і реальною.

Отже, реалізація запропонованих заходів сприятиме забезпеченню стійкого розвитку громади та здійснить позитивний соціальний вплив на наше суспільство.

Список використаних джерел:

1. Борнштейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей. М: Альпина Паблишер, 2012, 40с. URL: <http://www.arctic-social.biz/library/dehvid-bornshtejn-kak-izmenit-mir.pdf> Дата звернення (24.01.2022)
2. Бочарнікова А. В. SimpleSe. Про соціальне підприємництво – просто! ред. М. Семенченко. Київ: СТ-Друк, 2020. 67с. URL:<https://www.ufb.org.ua/posibnyk-sotsialnogo-pidpryyemtsya-pro-sotsialne-pidpryyemnytstvo-prosto/> Дата звернення: (19.04.2022)
3. Галушка З. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка.* 2013. Вип. 148. С. 15-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2013_148_6 Дата звернення: (19.04.2022)
4. Гендерні ініціативи міст і громад України: кращі практики та рекомендації. URL: https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/10/gender_initiatives_in_ukraine.pdf Дата звернення: (18.03.2022)
5. Гусак Н. Кращий досвід та сучасні тренди розвитку соціального підприємництва: Україна (результати дослідження) URL:: http://platformamsb.org/wpcontent/uploads/2016/11/Gusak_forum_SE_16.11.2016.pdf (Дата звернення: 18.02.2022)
6. Держкомстат України. Офіційний сайт. URL: <https://ukrstat.org/uk/> Дата звернення: (17.03.2022)
7. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. К: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с. URL: https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/02/Social_Entrepreneurship_web.pdf Дата звернення (24.01.2022)

8. Зачем поддерживать женское предпринимательство в Украине.
URL:<https://womo.ua/zachem-podderzhivat-zhenskoe-predprinimatelstvo-v-ukraine/>
Дата звернення: (03.05.2022)
9. Кейс-стаді «Соціальне підприємництво та інклюзія: досвід українських міст», Федерація канадських муніципалітетів / проект міжнародної технічної допомоги «партнерство для розвитку міст», 2020. URL:http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Case_Study_PLEDDG_SocP.pdf Дата звернення: (13.04.2022)
10. Каменко І. С. Соціальне підприємництво в Україні економіко-правовий аналіз. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian_0.pdf Дата звернення (11.02.2022)
11. Кикал Д., Лайонс Т. Социальное предпринимательство: миссия сделать мир лучше. Understanding Entrepreneurship: The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World. М.: «Альпина Паблишер». 2014. 304 с. URL: https://www.rulit.me/books/socialnoe-predprinimatelstvo-missiya-sdelat-mir-luchshe-read-412150-6.html#section_13 Дата звернення (25.01.2022)
12. Луговенко Н.В., Коваленко Н.В. Соціальні підприємства як інструмент діалогу держави і суспільства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Випуск 42. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/34.pdf Дата звернення (28.01.2022)
13. Малому бізнесу – велике плавання. Як працює соціальне підприємництво. URL: https://euprostir.org.ua/stories/139859?fbclid=IwAR3197u-GUo6VejVN0y-qQHCaZ2JLEBZHCRtwHoQCEeNh97qLyeSqR_uiao Дата звернення (17.01.2021)
14. Назарук В. Соціальні підприємства – новий тренд в Україні Новое время URL:<http://nv.ua/ukr/opinion/nazaruk/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html> Дата звернення: (15.03.2022)
15. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства. *Україна: аспекти праці. Соціальна політика*. 2014, №4, С.34-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2014_4_7 Дата звернення (14.02.2022)

16. Офіційний сайт міжнародної організації соціальних підприємців. URL: <https://www.ashoka.org/> Дата звернення (21.01.2022)
17. Офіційний сайт соціальної пекарні «Горіховий дім». URL: <http://gorihoviydim.com.ua/> Дата звернення: (17.03.2022)
18. Пилипенко Н.М., Беляєва В. В. Можливості застосування інструментарію поведінкової економіки при проведенні економічної політики в Україні. *Економіка та держава*. 2019, № 5, С. 95-100. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.5.95 Дата звернення (01.02.2022)
19. Пилипенко Н.М., Карпець О. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціально-економічних проблем в сучасному суспільстві Матеріали науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (19-23 квітня 2021 р.). Суми, 2021. С. 241
20. Пилипенко Н.М., Карпець О.В. Емпіричний аналіз можливостей розвитку соціального підприємництва в контексті вирішення соціально-економічних проблем в сучасному суспільстві. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів і аспірантів, присвяченої Міжнародному дню студента. (15-19 листопада 2021 р.). Суми, 2021. С.334
21. Пилипенко Н., Карпець О. Теоретичні аспекти соціального підприємництва в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. №3. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2021/89.pdf DOI: 10.32702/2307-2105-2021.3.87
22. Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики. Итоговый отчет по результатам исследования. ЦИРКОН 2013. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf Дата звернення: (27.04.2022)
23. Проект Місцевий економічний розвиток міст України фінансується Канадським агентством міжнародного розвитку(КАМР). Інформація щодо політики КАМР у сфері гендерної рівності. URL: www.acdi-cida.gc.ca/acdi-cida/acdi-cida.nsf/eng/EMA-218123616-NN9 Дата звернення: (17.04.2022)

24. Роменська міська рада. Офіційний сайт. <https://romny-vk.gov.ua/obiednannya-teritorialnikh-gromad/> Дата звернення (14.08.2022)
25. Сафаров С. М. Основы социального предпринимательства. Иваново: Издательство «Роща», 2014, 295 с
26. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво. URL: <http://docplayer.net/80494249-V-smal-v-kokot-shcho-slid-znati-pro-socialne-pidpriiemnistvo-posibnik.html> Дата звернення (14.02.2022)
27. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А. та інші. К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017, 188с. URL: http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialne-pidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf Дата звернення (23.02.2022)
28. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. <https://euneighbourseast.eu/uk/news/publications/ekonomiko-pravovyyj-analiz-soczialnogo-pidpryyemnycztva-v-ukrayini/> Дата звернення (13.02.2022)
29. Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. URL: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialno-go-pidpriiemstva.pdf Дата звернення (13.02.2022)
30. Стратегія розвитку Роменської міської територіальної громади на період до 2027 року та план заходів на 2021 – 2023 роки з її реалізації. <https://romny-vk.gov.ua/wp-content/uploads/2021/12/Proiekt-Strategii-rozvitku-Romenskoii-gromadi-10.pdf> Дата звернення (18.02.2022)
31. Ходакова С. Хартія – практичний інструмент реалізації політики рівності на місцевому рівні URL: [http://pleddg.org.ua/ua/\\$](http://pleddg.org.ua/ua/$) Дата звернення: (19.04.2022)
32. Чуйко О., Шкуро В. Еколого орієнтоване соціальне підприємництво у громаді Навчально-методичний посібник URL: https://www.sgpinfo.org.ua/sites/default/files/pdf/ekologo_orientovane_socialne_pidpryyemnytstvo_u_gromadi_1.pdf Дата звернення: (11.04.2022)
33. Шаульська Л.В., Кабаченко Г.С. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці. *Економіка і організація управління.*

2016, № 2 (22). URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/4823> Дата звернення (18.01.2022)

34. Що варто знати соціальним підприємцям на старті? Кейс-стаді «Соціальне підприємництво та інклюзія: досвід українських міст», Федерація канадських муніципалітетів / проект міжнародної технічної допомоги «партнерство для розвитку міст», 2020. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Case_Study_PLEDDG_SocP.pdf Дата звернення: (28.03.2022)

35. Braunerhjelm P., & Stuart Hamilton U. (2012, February). Social entrepreneurship—a survey of current research. In Swedish Entrepreneurship Forum Working Papers. URL: https://ideas.repec.org/p/hhs/entfor/2012_009.html Дата звернення (04.03.2022)

36. Business Models for Social Entrepreneurs Presented Marcus Coetzee at the Graduate School of Business, University of Cape Town 5 February 2015. URL: <https://www.slideshare.net/MarcusCoetzee/3-business-models-for-social-entrepreneurs-1-feb-2015>

37. Charity Store: как делается «добрый» бизнес в Украине. На примере благотворительного магазина. Проект про ділових мам.: URL: <http://womo.ua/charity-store-kak-delaetsya-dobryiy-biznes-v-ukraine/> Дата звернення: (15.03.2022)

38. Dees J.G. The meaning of «social entrepreneurship». URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf Дата звернення (23.02.2021)

39. Defourny J. & Nyssens M. (2010), Social Enterprise. in book K. Hart, J.-L. Laville & D. Cattani, eds., The Human Economy: A Citizen's Guide, Polity Press, Cambridge, pp. 284-292. URL: https://www.researchgate.net/publication/310843105_Social_Enterprise Дата звернення (04.03.2022)

40. Doorley Scott, Holcomb Sarah, Klebahn Perry, Segovia Kathryn, Utley Jeremy, The Design Thinking Bootleg, Institute of Design at Stanford, 2018,

www.dschoool.stanford.edu/resources/design-thinking-bootleg Дата звернення: (11.04.2022)

41. Duniam, M. & Eversole, R. 2013, Social Enterprises and Local Government: A Scoping Study, Australian Centre of Excellence for Local Government, Sydney. URL: https://www.uts.edu.au/sites/default/files/1362537723_Social_Enterprise_March_2013.pdf Дата звернення: (7.02.2022)

42. Grassl W. Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity. ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives Vol. 1, Issue 1, p. 37 – 60, Feb. 2012. URL: http://www.acrn.eu/resources/Journals/JoE012012/Grassl_SE-Hybridity.pdf (Дата звернення: (17.04.2022)

43. Hoogendoorn B., Pennings H.P., Thurik A.R. What do we know about social entrepreneurship? An analysis of empirical research. / International Review of Entrepreneurship. Vol 8 (2). 2010. P.71-112 URL: https://www.researchgate.net/publication/46433899_What_Do_We_Know_About_Social_Entrepreneurship_An_Analysis_of_Empirical_Research Дата звернення: (12.03.2022)

44. Javed, Asad; Yasir, Muhammad; Majid, Abdul (2019). Is social entrepreneurship a panacea for sustainable enterprise development? *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* (PJCSS), Vol. 13, Iss. 1, pp. 1- 29. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/196185/1/4326.pdf> Дата звернення (06.02.2022)

45. Mair J., Marti I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. Vol. 41 (1). P. 36–44. URL:

https://www.researchgate.net/publication/222436408_Social_Entrepreneurship_Research_A_Source_of_Explanation_Prediction_and_Delight Дата звернення (12.02.2022)

46. Maretich M., Bolton M. (2010). Social enterprise: from definitions to developments in practice. London: Alliance Publishing Trust. URL: https://evpa.eu.com/uploads/publications/Social-Enterprise_From-Definitions-to-Development-in-Practice.pdf Дата звернення (27.02.2022)

47. Medvid, V., Pylypenko, V., Pylypenko, N., Ustik, T., Volchenko, N., & Vashchenko, M. (2019). Factors of rural development in the context of decentralisation: empirical research. *Economic Annals-XXI*, 177(5-6), 126-140. URL: doi: <https://doi.org/10.21003/ea.V177-11> Дата звернення (22.01.2022)
48. Nyssens M. (ed.) Social Enterprise. At the Crossroads of Market. Public Policies and Civil Society, (Routledge, 2006), p. 4-5. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1016/j.polsoc.2010.07.002> Дата звернення (28.02.2022)
49. Omarov, E. (2020). Social entrepreneurship and what does it mean for management of consumer behavior. *Access journal*, ACCESS Press, 1(2): 86-102. URL: [https://doi.org/10.46656/access.2020.1.2\(1\)](https://doi.org/10.46656/access.2020.1.2(1)) Дата звернення (01.03.2022)
50. Peredo A.M., McLean M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*. № 41(1). P. 56-65. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1197663 Дата звернення (17.02.2022)
51. Pylypenko N., Karpets O. Empirical analysis of social entrepreneurship development in communities based on behavioral theory. *International scientific journal "Internauka". Series: "Economic Sciences"*. 2021. №8. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-8-7511> Дата звернення (16.02.2022)
52. Rachel Mosher-Williams. Research on social entrepreneurship: understanding and contributing to an emerging field ARNOVA. URL: https://cdn.ymaws.com/arnova.site-ym.com/resource/resmgr/Publications/ARNOVA_Research_on_Social_En.pdf Дата звернення (16.02.2022)
53. Rhenman E. How are Swedish social entrepreneurs financing their businesses?: A survey of Swedish social entrepreneurs' access to funding. URL: <https://www.divaportal.org/smash/get/diva2:1058513/FULLTEXT01.pdf> Дата звернення (27.02.2021)
54. Roger L.M., Osberg S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford social innovation review*. URL:

https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition Дата звернення (16.02.2022)

55. Social Enterprise in Europe. Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth URL: https://www.icnl.org/wp-content/uploads/legal_mapping_publication_051015_web.pdf/ Дата звернення (04.03.2022)

56. Thomas C. The role of social entrepreneurship in community development. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.196.4590&rep=rep1&type=pdf> Дата звернення: (17.02.2022)

57. Wronka M. Analyzing the success of social enterprises – critical success factors perspective. URL: https://www.academia.edu/32871813/analyzing_the_success_of_social_enterprises_critical_success_factors_perspective Дата звернення (16.02.2022)

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



РОМЕНСЬКА МІСЬКА РАДА СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
б-р Шевченка, 2, м. Ромни, 42000 тел.: (05448) 5-32-92, факс 5-32-73
E-mail: econ@romny-vk.gov.ua Код ЄДРПОУ 33219326

24.01.2022 №16/1

Довідка

Видана Карпець Олександрі Володимирівні, студентці Ім курсу факультету економіки і менеджменту Сумського національного аграрного університету, про те, що результати її наукової роботи на тему «Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціально-економічних проблем в умовах децентралізації: емпіричний аналіз та обґрунтування проекту розвитку», зокрема пропозиції щодо стратегічних напрямів розвитку соціального підприємництва в територіальній громаді, взяті до уваги управлінням економічного розвитку Роменської територіальної громади.

Довідка надана для пред'явлення на Конкурс студентських наукових робіт.

Начальник управління



Юлія ЯНЧУК

ДОДАТОК Б АНКЕТА

Шановний мешканцю територіальної громади! Дане опитування проводиться в рамках дослідження можливостей розвитку соціального підприємництва у громаді в контексті забезпечення гендерної рівності. Будь ласка, будьте відверті - анкета анонімна і отримані дані будуть узагальнені.

1. Будь ласка, вкажіть Вашу стать: *

Чоловік

Жінка

2. Скільки Вам виповнилося повних років на момент заповнення анкети *

18-25 років

26-40 років

41-59 років

60 та більше років

3. Ваша сфера зайнятості: *

підприємець

найманий працівник

працівник бюджетних організацій

пенсіонер

студент

тимчасово безробітний

4. Ваша освіта: *

вища

професійно-технічна

загальна середня

середня спеціальна

4. Ваш рівень доходів: *

до 6000 грн.

6000-10000 грн.

більше 10 тис

5. Що, на Вашу думку, сповільнює розвиток громади *

Недостатня громадська ініціативність та активність мешканців

Безробіття

Низький рівень доходів населення

Відсутність можливості для самореалізації, забезпечення змістовного дозвілля

Несприятливі умови для розвитку підприємництва

Недостатня підприємливість мешканців громади

Значна частка населення непрацездатного віку

Екологічний стан, засміченість довкілля

Поширення злочинності, алкоголізму, наркоманії

Недостатній рівень дошкільної та середньої освіти

Відсутність розвинутої мережі закладів побутового обслуговування

Недостатня якість медичного обслуговування

Відсутність можливостей для розвитку культури та спорту

Нерозвиненість інфраструктури для людей з обмеженими можливостями

6. Визначте важливість наведених нижче завдань, які необхідно здійснити для розвитку громади: (1 - першочергове; 2 - другорядне; 3 - не важливе) *

1. Зменшення рівня безробіття

Розширення мережі закладів побутового обслуговування

3. Благоустрій населених пунктів та захист довкілля

4. Розвиток сфери дозвілля (відпочинку, спорту)

5. Покращення якості медичного забезпечення

6. Розвиток малого бізнесу

7. Розширення мережі закладів дошкільної освіти

8. Соціальний захист вразливих груп населення

9. Налагодження комунікації між населенням та органами місцевого самоврядування

10. Створення та розвиток багатофункціональних кооперативів

7. Чи готові Ви брати активну участь у реалізації соціально-економічних проєктів розвитку громади *

Так

Ні

Швидше так

Швидше ні

8. До якої категорії населення Ви себе відносите *

1. Особи з інвалідністю

2. Особи з частковою або повною втратою рухової активності, пам'яті

3. Особи з невиліковними хворобами, що потребують тривалого лікування

4. Особи з психічними та поведінковими розладами, у тому числі внаслідок вживання психоактивних речовин

5. Бездомні

6. Безробітні

7. Малозабезпечені

8. Батьки/опікуни дітей із поведінковими розладами

9. Особи, які втратили соціальні зв'язки, у тому числі під час перебування в місцях позбавлення волі

10. Особи, які постраждали від домашнього насильства

11. Учасники АТО/ООС

12. член родини учасника АТО/ООС

13. Члени родини загиблого учасника АТО/ООС

14. Особи, які постраждали внаслідок бойових дій, терористичних актів, збройних конфліктів, тимчасової окупації

15. До жодної з перерахованих вище

9. Які соціальні послуги в громаді Ви бажали б отримувати *

1. Догляд вдома, денний догляд

2. Соціальна адаптація

3. Надання притулку

4. Консультування

5. Соціальний супровід

6. Представництво інтересів

7. Фізичний супровід осіб з інвалідністю, які мають порушення опорно-рухового апарату та пересуваються на кріслах колісних, порушення зору

8. Психологічний супровід

10. Чи готові Ви отримувати соціальні послуги за плату *

Так

Ні

11. Якщо відповіли на попереднє запитання «так», то вкажіть соціальні послуги за які готові оплачувати

1. Догляд вдома, денний догляд
2. Соціальна адаптація
3. Надання притулку
4. Консультування
5. Соціальний супровід
6. Представництво інтересів
7. Фізичний супровід осіб з інвалідністю, які мають порушення опорно-рухового апарату та пересуваються на кріслах колісних, порушення зору
8. Психологічний супровід

12. Як Ви вважаєте, чи сприятливі умови для розвитку підприємництва у Вашій громаді *

цілком сприятливі

сприятливі

несприятливі

абсолютно несприятливі

13. Нижче представлені деякі судження про цілі і призначення бізнесу. Висловіть свою згоду або незгоду з кожним з представлених суджень: *

Так ні

1. Підприємці, бізнесмени повинні поряд з державою і громадськими організаціями брати участь у вирішенні гострих соціальних проблем
2. Підприємці повинні допомагати розвитку регіону та громаді
3. При прийнятті бізнес-рішень підприємець повинен, перш за все, виходити з економічної логіки, а не з етичних міркувань
4. Прибуток від діяльності підприємства повинен хоча б частково спрямовуватися на соціальні програми, а не спрямовуватися виключно на виплату дивідендів власників бізнесу
5. Завдання бізнесу - відповідально ставитися до своїх клієнтів і своєї діяльності в цілому, діяти в рамках закону, а реалізація соціальних програм - це марна трата ресурсів

14. Чи згодні Ви з думкою, що в сфері підприємницької діяльності більшість жінок відчуває нерівність своїх можливостей для досягнення успіху в порівнянні з чоловіками: *

1. Ні, я вважаю, що це всього лише стереотип, у чоловіків і жінок однакові можливості
2. Так, оскільки більшість чоловіків не відносяться до жінок, як до рівноправних партнерів, і жінкам приходится постійно доводити, що вони не гірше чоловіків
3. Так, оскільки жінка несе подвійне навантаження – дім і робота, що заважає їй на рівних конкурувати з чоловіками
4. Так, оскільки в суспільстві до жінки підприємця відносяться як до аномального явища
5. Так, оскільки жінки менш кваліфіковані

6. Вагаюсь у відповіді

15. Як би ви охарактеризували себе: *

я підприємець з великим досвідом
я починаючий підприємець
я збираюся відкрити свій бізнес незабаром
я хочу відкрити власний бізнес
не збираюся відкривати власний бізнес

16. Що із запропонованих чинників у Вас є для старту бізнесу:

стартовий капітал
ідеї для бізнесу
підтримка близьких
готові приділяти бізнесу свій час
готовність ризикувати

17. Відомо, що люди займаються бізнесом, маючи різні цілі, мотиви і т.п. Виберіть, будь ласка, з представленого списку не більше трьох мотивів, найбільш важливих для Вас особисто: *

1. Підвищення особистого матеріального стану, фінансовий успіх, багатство
2. Самоствердження в професії, реалізація професійних здібностей
3. Досягнення успіху в суспільстві, бажання підвищити свій авторитет в очах оточуючих
4. Прагнення до самостійності і незалежності
5. Прагнення реалізувати свої амбіції та певну ідею
6. Бажання бути корисним суспільству
7. Прагнення змінити світ на краще
8. Турбота за тих, хто поряд

18. Як ви вважаєте, які фактори впливають на успіх у бізнесі (позначте ступінь важливості кожного) *

1. зовсім не впливає; 2. не впливає; 3. Скоріше впливає, ніж не впливає
4. впливає; 5. значно впливає

1. Лідерські якості підприємця
2. Мотивація і зацікавленість зайнятих
3. Сприятлива нормативно-правове середовище
4. Здатність до комунікації, умінням встановлювати довірчі відносини
5. Управлінський досвід
6. Професійні знання та навички
7. Ефективна співпраця з місцевою владою
8. Кваліфікація персоналу та залучення компетентних фахівців
9. Вміння працювати у команді
10. Вміння ризикувати
11. Вміння шукати нові ідеї
12. Внутрішня впевненість у своїх силах, які допоможуть вийти з будь-якої ситуації
13. Фінансова підтримка підприємництва
14. Сприятливе політичне і соціально - економічне середовище

19. Чи знайоме Вам поняття «соціальне підприємництво» *

Так

Ні

20. Нижче перераховані деякі ознаки соціального підприємництва, які використовуються при описі цього явища експертами. Виберіть, будь ласка, три найбільш важливих, з Вашої точки зору, ознаки соціального підприємництва: *

1. першочерговість соціальної місії над комерційною
2. інноваційність і новаторство в комбінуванні ресурсів для вирішення соціальної проблеми яку неможливо вирішити стандартними методами
3. створення робочих місць і забезпечення зайнятості соціально незахищених груп
4. реінвестування доходу в соціальні програми, а не направлення інвесторам
5. прагнення до позитивних змін в суспільстві
6. почуття відповідальності, активна громадянська позиція

21. Як Ви вважаєте, чи є можливості для розвитку соціального підприємництва в громад *

Так

Ні

22. Як Ви вважаєте, чи є потреба в соціальних підприємствах в громаді *

Так

Ні

23. Як Ви вважаєте, який варіант соціального підприємства буде найбільш прийнятним для Вашої громади (виберіть не більше двох варіантів)

Агентство з надання послуг доглядальниці для неходячих хворих, які перебувають вдома або в лікарні

Виготовлення та реалізація виробів ручної роботи та просування власних брендів, хендмейду
Сімейний центр (взаємодія всіх поколінь і їх об'єднання. Завдання Центру - зайняти бабусь і дідусів, вивільнити час для батьків, дати змогу дітям спілкуватися з літніми людьми (послуга "бабуся чи дідусь на годину")

Агентство з надання послуг няні по догляду за дітьми

Центр психологічної підтримки

24. Який, на Вашу думку, найприйнятніший варіант взаємодії місцевих органів влади та соціальних підприємств для Вашої громади *

Місцеві органи влади в партнерстві з соціальними підприємствами (Мета: співпраця для надання послуг (наприклад з відходами))

Місцеві органи влади підтримують соціальні підприємства (Мета: підтримка через програми фінансування, програми навчання)

Місцеві органи влади створюють соціальні підприємства (Мета: заповнити прогалини в наданні послуг і вирішенні соціальних проблем)

25. Чи готові Ви займатися соціальним підприємництвом *

Так

Ні

Ця частина анкети заповнюється підприємцями або особами, які хочуть ними стати

1. Оцініть свої особисті навички і якості як підприємця

Добре розвинені
Недостатньо розвинені
Зовсім не розвинені

1. Вміння вести переговори
2. Вміння справлятися зі стресом
3. Бажання підвищувати свої професійні знання
4. Навички самоаналізу, критичне ставлення до своїх дій
5. Впевненість у собі
6. Розуміння потреб клієнта
7. Здатність вирішувати нестандартні завдання
8. Вміння працювати у команді
9. Вміння ризикувати, шукати нові ідеї
1. Вміння вести переговори
2. Вміння справлятися зі стресом
3. Бажання підвищувати свої професійні знання
4. Навички самоаналізу, критичне ставлення до своїх дій
5. Впевненість у собі
6. Розуміння потреб клієнта
7. Здатність вирішувати нестандартні завдання
8. Вміння працювати у команді
9. Вміння ризикувати, шукати нові ідеї

2. Оцініть доцільність та можливі напрямки допомоги підприємцям (*декілька варіантів відповіді)

Існує потреба в пошуку необхідних фінансових ресурсів
Існує потреба в навчанні ведення бізнесу
Існує потреба в консультаційній допомозі
Існує потреба в обміні досвідом
Існує потреба в наданні приміщення та/або земельної ділянки
НІ, допомога не потрібна

3. Якщо говорити про Ваше підприємство, чи доводилося Вам протягом останніх кількох років:

1. приймати на роботу представників соціально незахищених груп (наприклад, створювати робочі місця для інвалідів)
2. направляти отриманий прибуток на розвиток і реалізацію соціальних ідей, проектів, вирішення соціальних проблем
3. спрямовувати кошти в благодійність
4. впливати на прийняття рішень, від яких залежить життя Вашого міста
5. надавати фінансову підтримку некомерційним і громадським організаціям
6. реалізовувати соціальні програми, орієнтовані на поліпшення життя місцевої громади
7. надавати пільги і додаткові послуги окремим цільовим категоріям населення

Дякуємо за Ваш час і співпрацю! Ваші відповіді є вкрай важливими для зміцнення та розвитку громади!

ДОДАТОК В

Описова статистика щодо визначальних чинників успіху бізнесу визначених жінками

	Фактор1	Фактор2	Фактор3	Фактор4	Фактор5	Фактор6	Фактор7
Среднее	4	3,83871	3,645161	3,806452	3,580645	3,774194	3,645161
Стандартная ошибка	0,139122	0,217991	0,182859	0,204358	0,226113	0,189565	0,205035
Медиана	4	4	4	4	4	4	4
Мода	4	5	4	4	4	4	4
Стандартное отклонение	0,774597	1,213721	1,018115	1,137815	1,258946	1,055452	1,141589
Дисперсия выборки	0,6	1,473118	1,036559	1,294624	1,584946	1,113978	1,303226
Эксцесс	-1,289	0,771068	-0,98388	0,702379	-0,3217	0,258598	0,144835
Асимметричность	0	-1,10578	-0,21987	-1,04556	-0,73028	-0,78808	-0,81421
Интервал	2	4	3	4	4	4	4
Минимум	3	1	2	1	1	1	1
Максимум	5	5	5	5	5	5	5
Сумма	124	119	113	118	111	117	113
	Фактор8	Фактор9	Фактор10	Фактор11	Фактор12	Фактор13	Фактор14
Среднее	3,870968	3,709677	3,677419	3,903226	3,806452	3,806452	3,677419
Стандартная ошибка	0,171909	0,19229	0,187726	0,163002	0,182099	0,169879	0,198852
Медиана	4	4	4	4	4	4	4
Мода	4	4	4	4	4	4	4
Стандартное отклонение	0,957146	1,070624	1,045214	0,907555	1,013882	0,945845	1,107161
Дисперсия выборки	0,916129	1,146237	1,092473	0,823656	1,027957	0,894624	1,225806
Эксцесс	-0,63631	0,04887	-1,07807	-0,64853	0,626747	1,269001	-0,3676
Асимметричность	-0,45896	-0,76339	-0,226	-0,37172	-0,81604	-0,85026	-0,56111
Интервал	3	4	3	3	4	4	4
Минимум	2	1	2	2	1	1	1
Максимум	5	5	5	5	5	5	5
Сумма	120	115	114	121	118	118	114

ДОДАТОК Г

Описова статистика щодо визначальних чинників успіху бізнесу визначених чоловіками

	<i>Фактор1</i>	<i>Фактор2</i>	<i>Фактор3</i>	<i>Фактор4</i>	<i>Фактор5</i>	<i>Фактор6</i>	<i>Фактор7</i>
Среднее	3,7368	4,5263	3,6842	3,8421	3,6842	4,2632	4,3158
Стандартная ошибка	0,2000	0,1404	0,1881	0,2061	0,1539	0,1499	0,1719
Медиана	4	5	3	4	4	4	4
Мода	3	5	3	4	4	4	5
Стандартное отклонение	0,8719	0,6118	0,8201	0,8983	0,6710	0,6534	0,7493
Дисперсия выборки	0,7602	0,3743	0,6725	0,8070	0,4503	0,4269	0,5614
Эксцесс	-0,7023	0,0381	-1,1314	5,0255	-0,5734	-0,5059	-0,8562
Асимметричность	0,0140	-0,9240	0,6830	-1,7167	0,4679	-0,3145	-0,6158
Интервал	3	2	2	4	2	2	2
Минимум	2	3	3	1	3	3	3
Максимум	5	5	5	5	5	5	5
Сумма	71	86	70	73	70	81	82
	<i>Фактор8</i>	<i>Фактор9</i>	<i>Фактор10</i>	<i>Фактор11</i>	<i>Фактор12</i>	<i>Фактор13</i>	<i>Фактор14</i>
Среднее	4,0000	3,5263	3,1579	4,1579	3,4737	3,8947	3,4211
Стандартная ошибка	0,1325	0,2462	0,2450	0,1914	0,2462	0,2149	0,1922
Медиана	4	3	3	4	3	4	3
Мода	4	3	2	4	3	3	3
Стандартное отклонение	0,5774	1,0733	1,0679	0,8342	1,0733	0,9366	0,8377
Дисперсия выборки	0,3333	1,1520	1,1404	0,6959	1,1520	0,8772	0,7018
Эксцесс	0,6176	-1,1976	-1,2678	1,0427	-1,1606	-0,9824	-0,1781
Асимметричность	0,0000	0,2253	0,2653	-0,9635	0,0759	-0,2261	0,2774
Интервал	2	3	3	3	3	3	3
Минимум	3	2	2	2	2	2	2
Максимум	5	5	5	5	5	5	5
Сумма	76	67	60	79	66	74	65

