МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет економіки і підприємництва

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Допущено до захисту
“_____” _____ 2023 р.
Зав. кафедри, д.е.н., професор
_____ **Соколюк С.Ю.**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

РОЛЬ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Виконав – студент 2 курсу, групи 21м-з-сз/а
освітньої програми «Економіка соціального забезпечення»
спеціальності 232 Соціальне забезпечення
БАРДІЄР Марина Валеріївна

Науковий керівник – к.е.н., доцент
НЕПОЧАТЕНКО Олександр

Умань – 2023

ЗМІСТ

Вступ

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ЧИННИКА
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ .....

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА…..

2.1 Аналіз розвитку соціального підприємництва в Україні

2.2 Загальна організаційно-економічна характеристика Роменської територіальної громади…….

2.3 Емпіричний аналіз розвитку соціального підприємництва в Роменській територіальній громаді.....

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....

Висновки.....

Список використаних джерел .....

Додатки.....

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 займались як вітчизняні так і закордонні науковці, такі як: Д. Борнштейн, P. 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, M. 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 проєкту 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).

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.

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).

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 уможливлюють 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].

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 підприємництві основною метою є створення суспільного добробуту [38;44].

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).

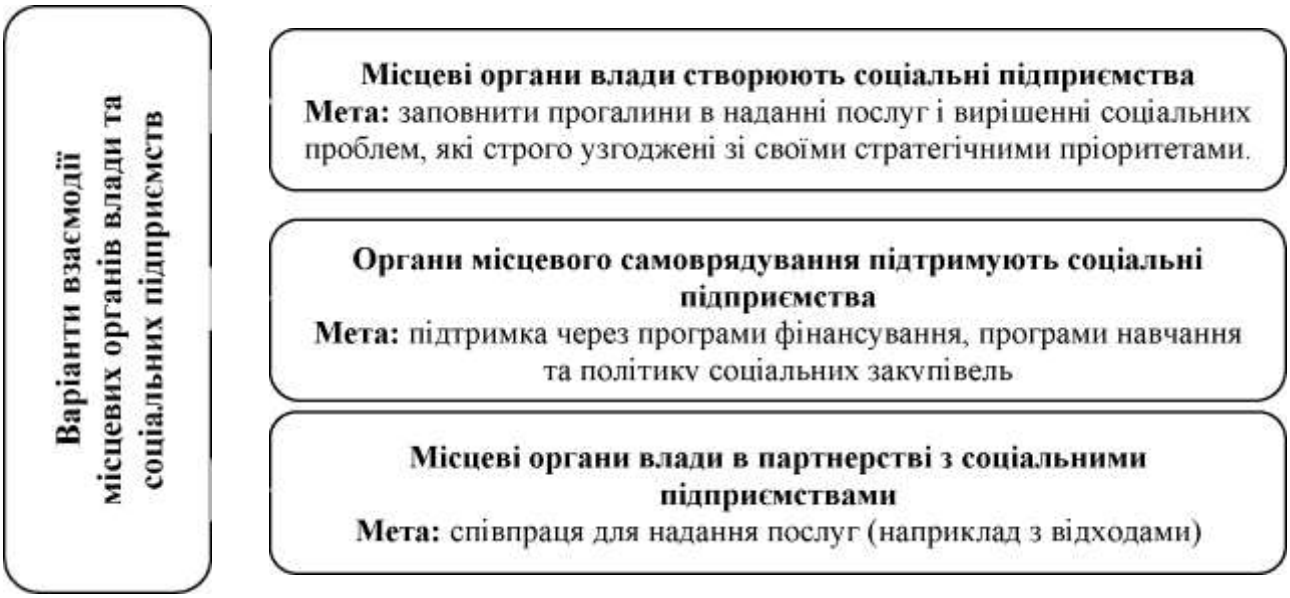


Рисунок 1.4 - Варіанти взаємодії місцевих органів влади та соціальних підприємств

**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.

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 ріст 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.

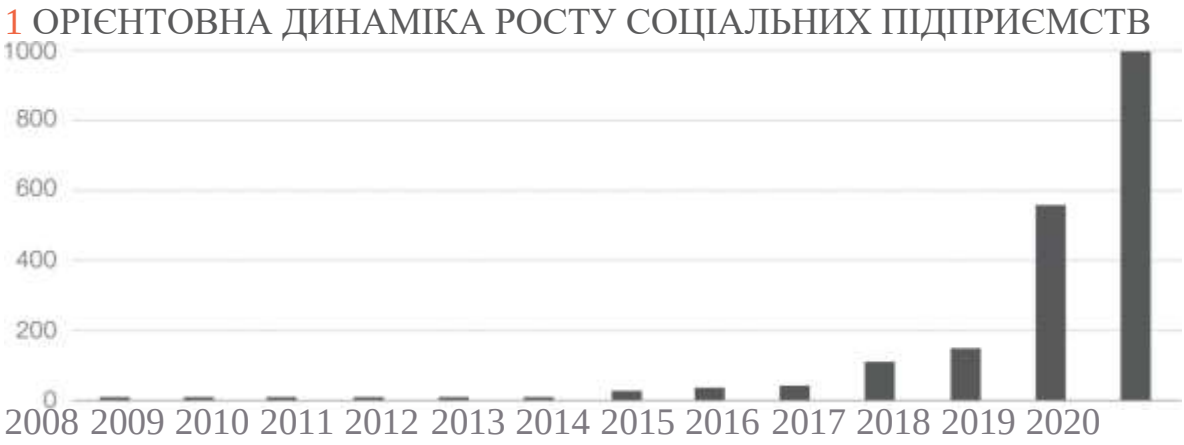


Рисунок 2.1 - Динаміка чисельності соціальних підприємств в Україні **джерело:* [28]

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).

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).

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].

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 - місто 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).

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).

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).

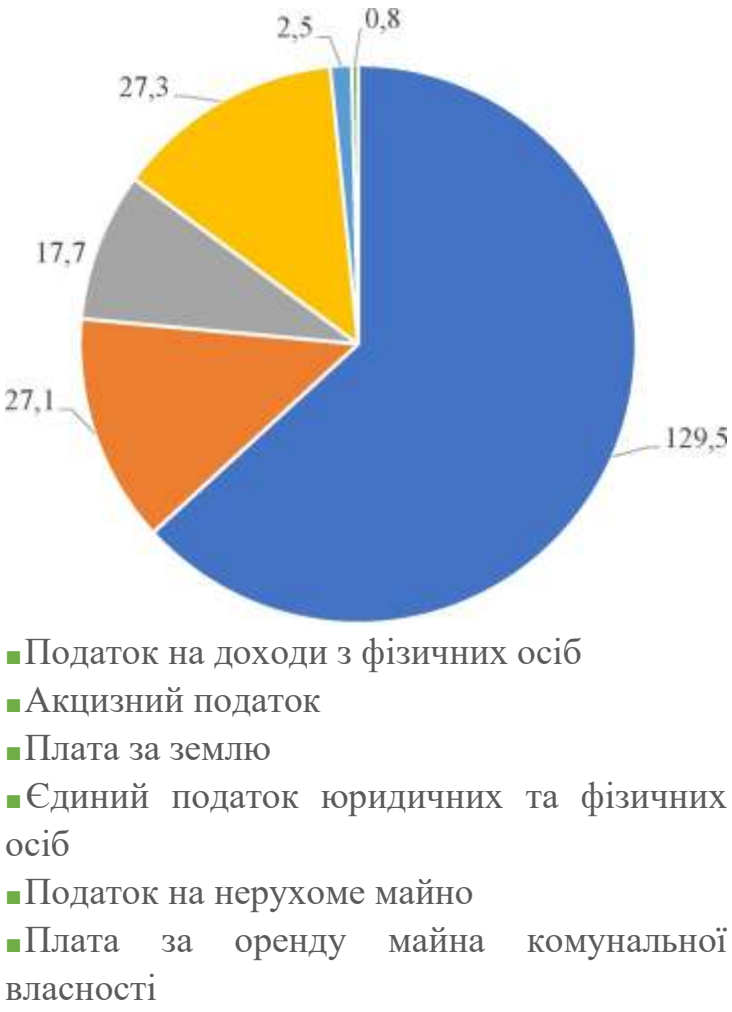


Рисунок 2.8. Структура власних надходжень до бюджету м. Ромни, 2020 рік * *джерело: побудовано авторкою на основі [24]*

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.

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 основам 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.

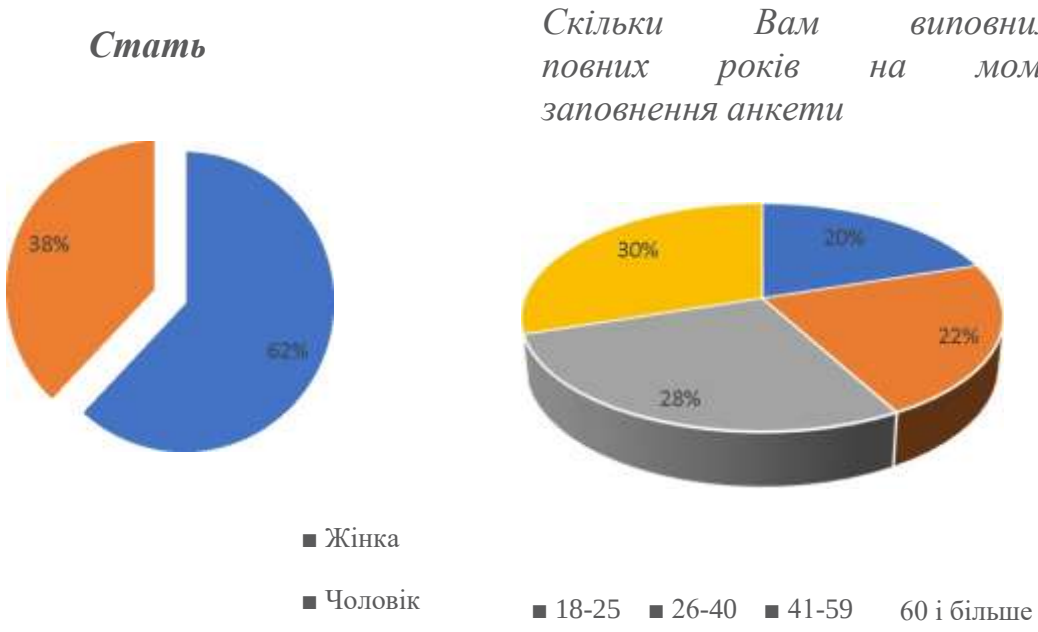
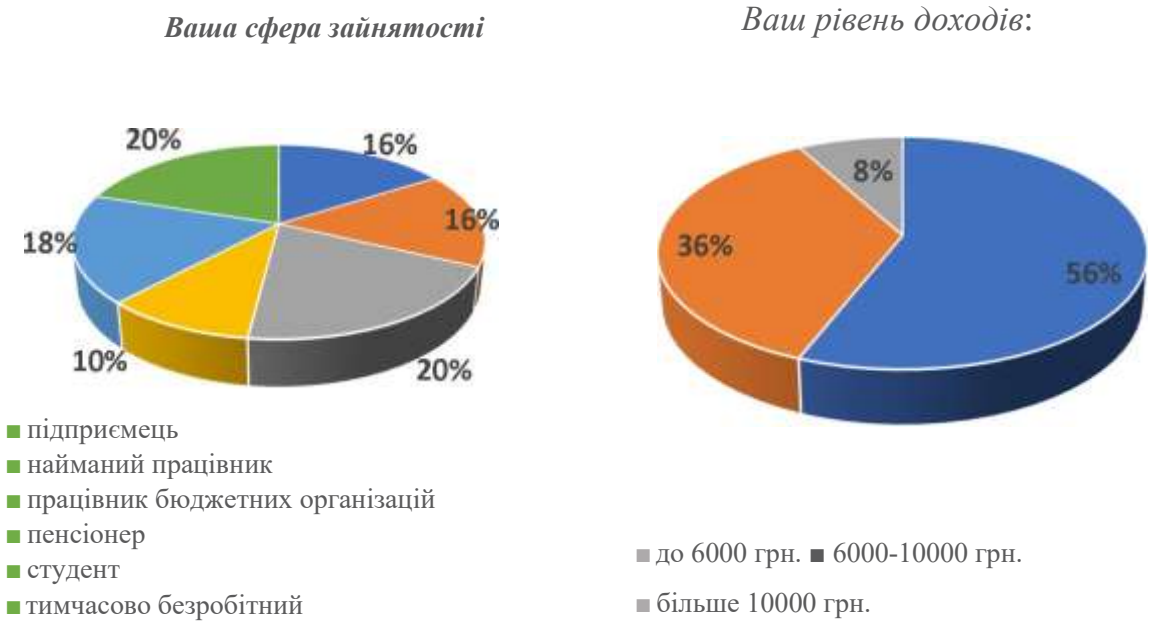


Рисунок 2.10 - Характеристика респондентів за статтю та віком

* *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

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).

Що, на Вашу думку, сповільнює розвиток громади

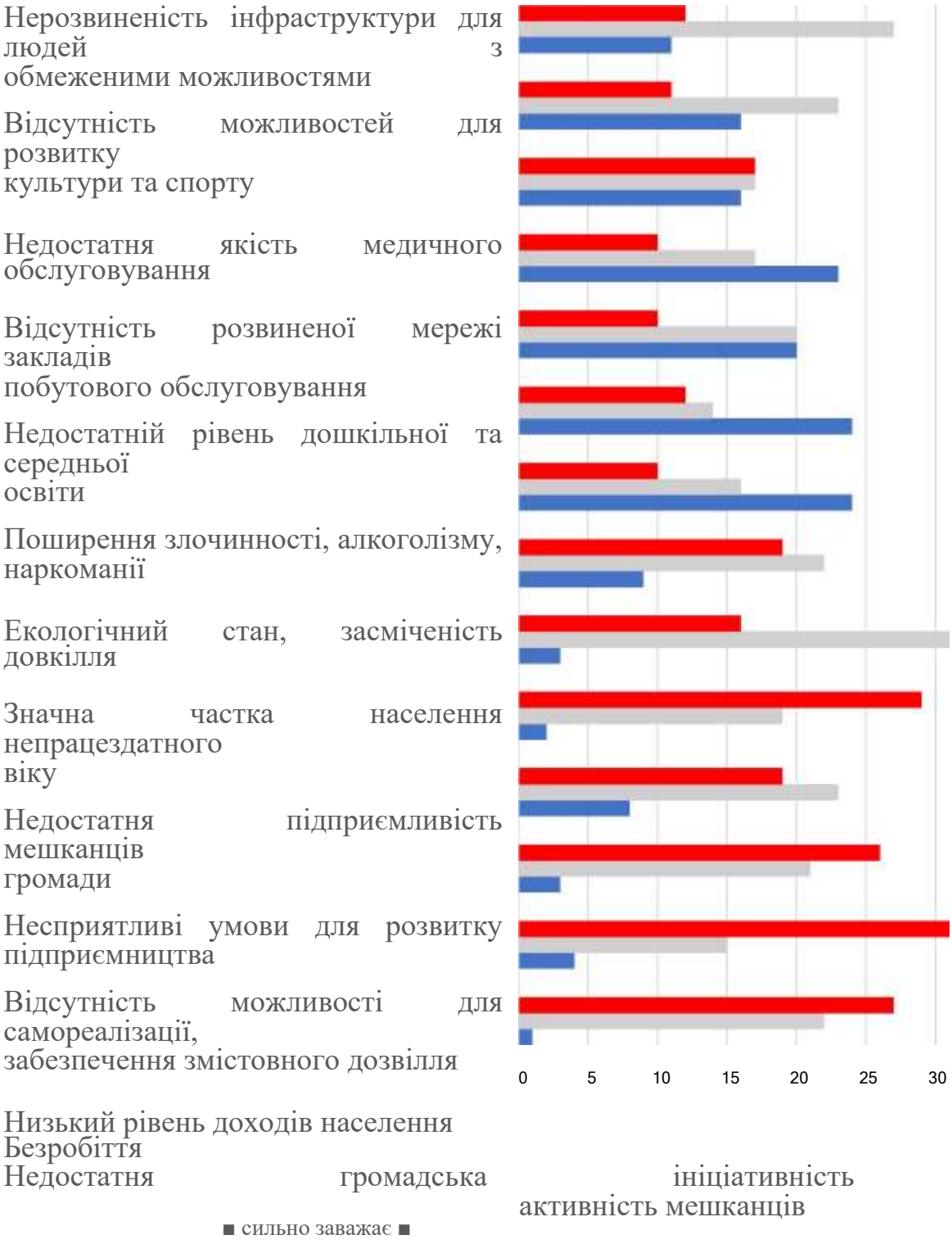


Рисунок 2.13 - Чинники, сповільнюють розвиток громади,%

* *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).

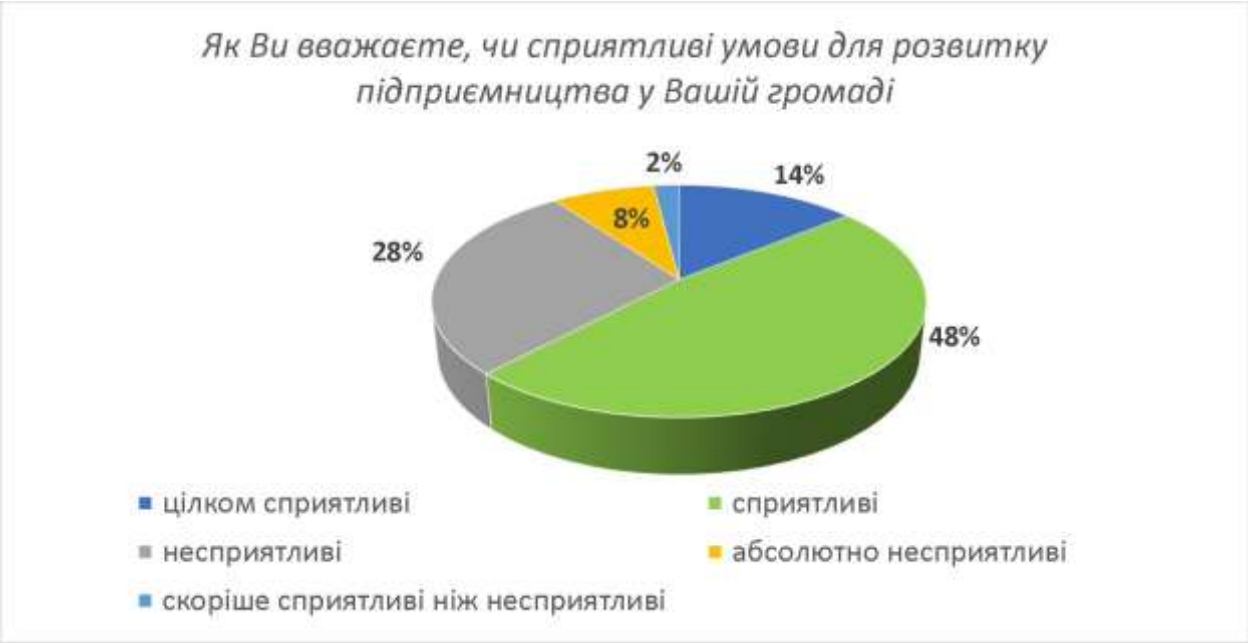


Рисунок 2.15 - Оцінка сприятливості умов для розвитку підприємництва у громаді за результатами опитування, %

* *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.

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).

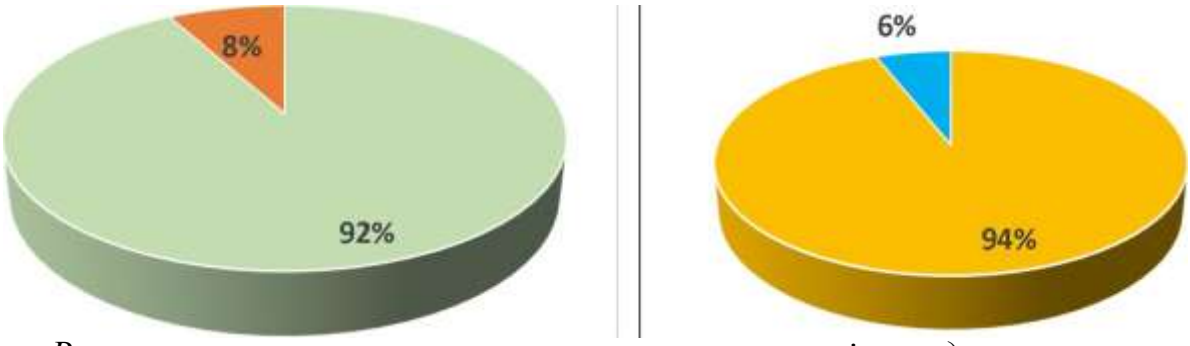
Нижче представлені деякі судження про цілі і призначення бізнесу. Висловіть свою згоду або незгоду з кожним з представлених суджень:



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).



Як Ви вважаєте, чи є можливості для розвитку соціального підприємництва в громаді

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

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).

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 тендерною відмінністю респондентів

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

Чи згодні Ви з думкою, що в сфері підприємницької діяльності більшість жінок відчуває нерівність своїх можливостей для досягнення успіху в порівнянні з чоловіками	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 приходиться постійно доводити, що вони не гірше	13%	26%
Так, оскільки жінка несе подвійне навантаження-дім і робота, що заважає їй на рівних конкурувати з	45%	37%
Вагаюсь у відповіді	3%	11%

Джерело: власна розробка на основі емпіричних даних

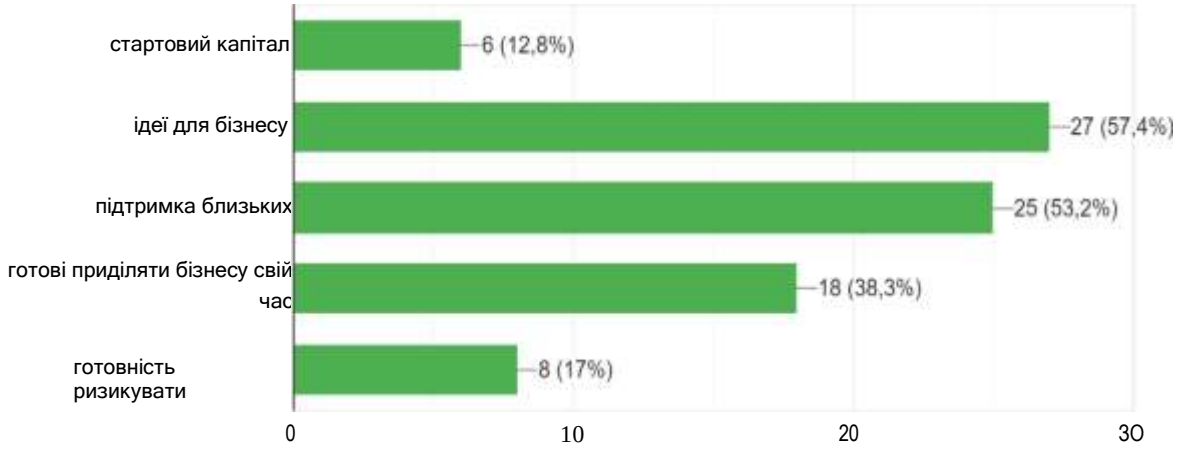
При цьому, серед чоловіків значно більше тих, хто це бачить, ніж серед жінок. Це свідчить, на нашу думку, що психологічно жінки більш готові до зменшення тендерної нерівності - частка жінок, які не вважають що вони мають менше можливостей для досягнення успіху в бізнесі в 1,5 рази більша ніж у чоловіків. 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



Більше половини опитаних мають, на наш погляд ключову складову - ідею

Рисунок 2.22 - Відповіді респондентів щодо чинників для старту бізнесу *

джерело: власні дослідження авторки

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!

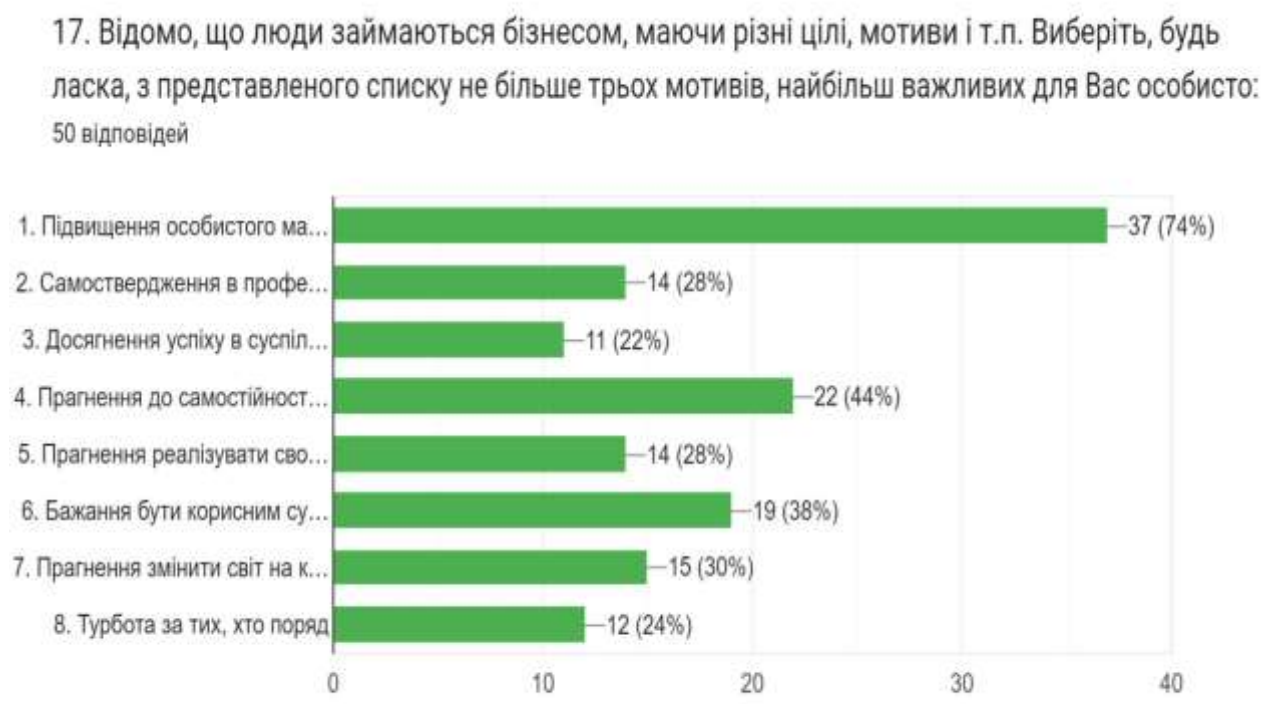


Рисунок 2.23 - Відповіді респондентів щодо мотивів для старту бізнесу * *джерело: власні дослідження авторки*

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

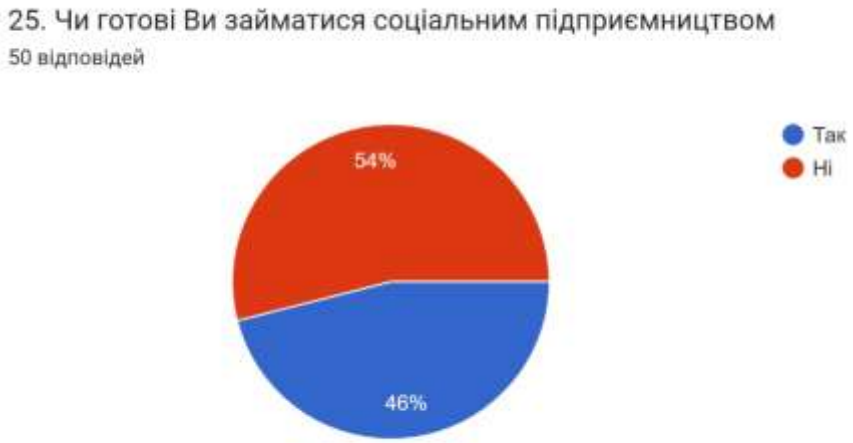


Рисунок 2.24 - Відповіді респондентів щодо готовності займатися соціальним підприємництвом

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

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).

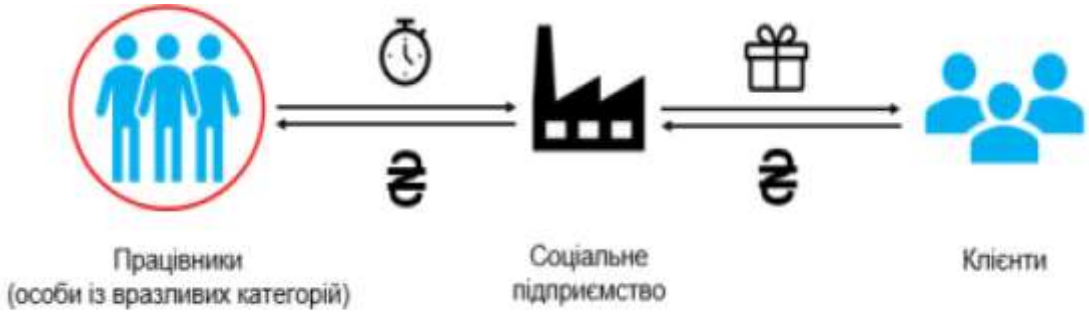
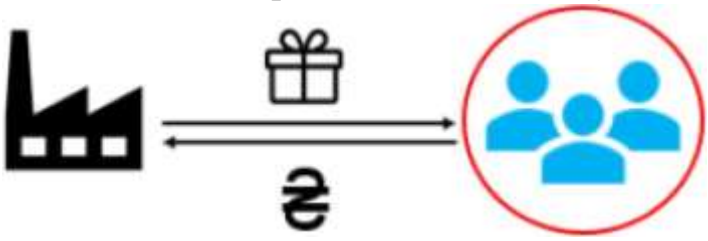


Рисунок 3.1 – Модель працевлаштування

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)



Соціальне підприємство

Клієнта (особи із вразливих категорій)

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).

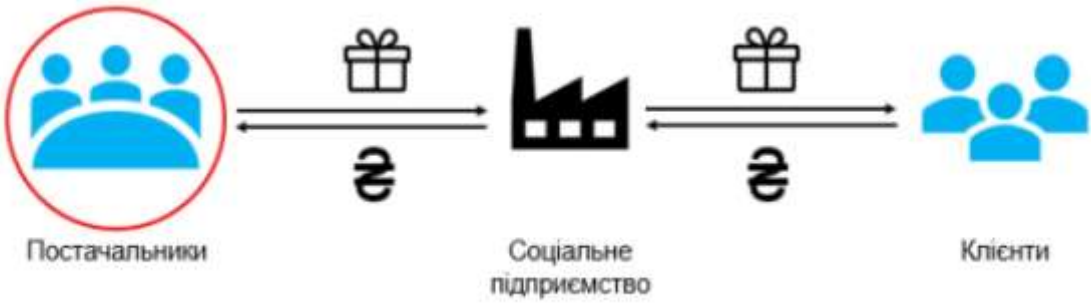


Рисунок 3.3 - Модель посередника ринку

В даному випадку ринковий посередник закуповує 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 цієх 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.

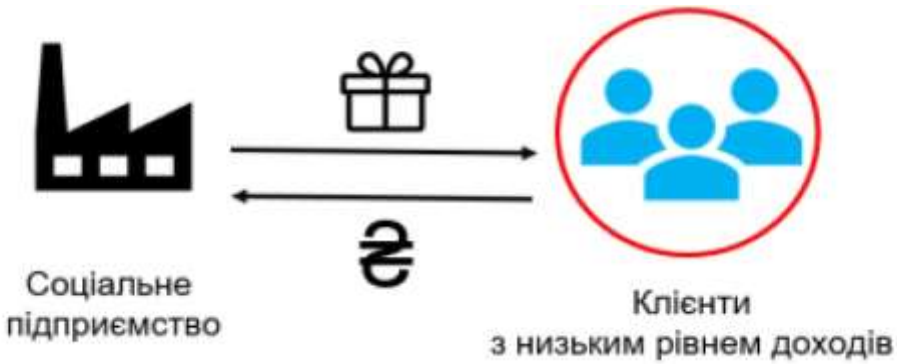


Рисунок 3.5 - Модель підтримки людей з низькими доходами

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).

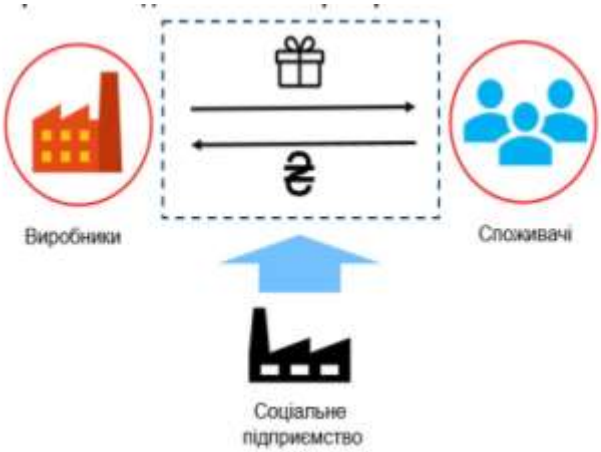


Рисунок 3.6 - Модель «зв'язковий ринку»

«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).



Клини

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. 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).

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

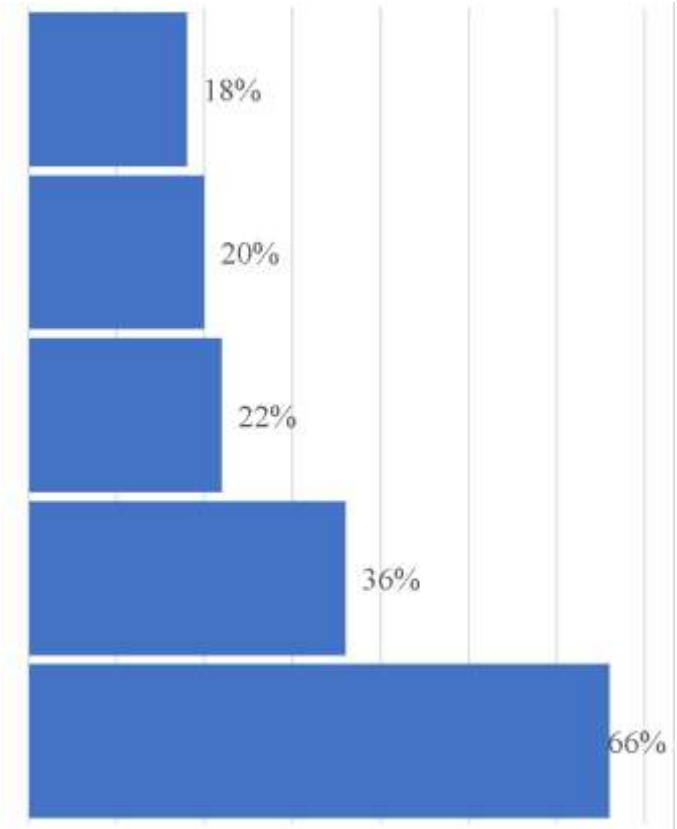


Рисунок 3.9 - Результати опитування щодо можливих варіантів соціальних підприємств в громаді, %

* *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

**джерело: власна розробка на основі емпіричних даних*

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%

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).

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

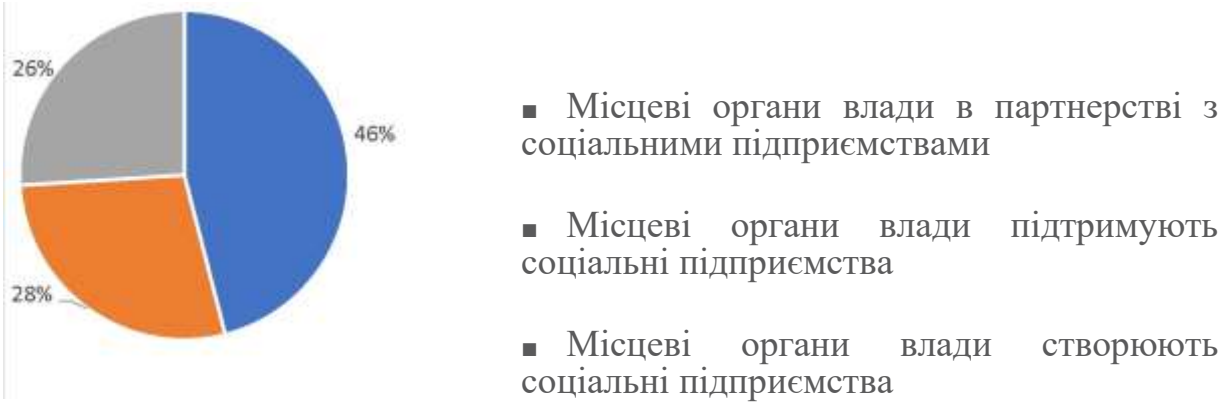


Рисунок 3.10 - Можливі варіанти взаємодії місцевої влади та соціальних підприємців

** 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 підприємництві, 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).

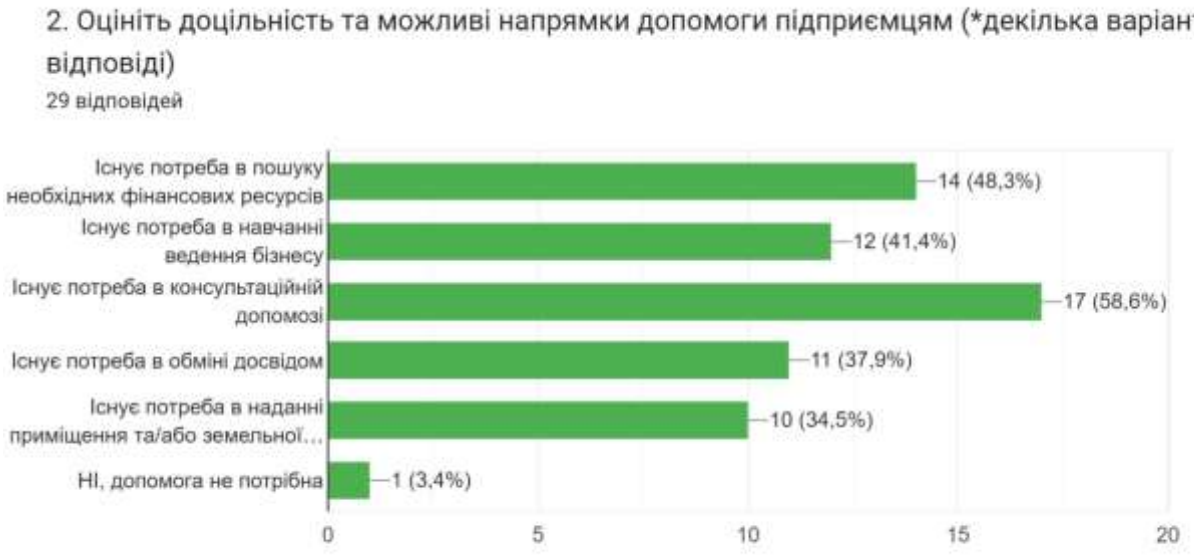


Рисунок 3.11 - Можливі варіанти допомоги місцевої влади підприємцям * *джерело: власні дослідження авторки*

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 відчувають 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 Стратегію 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].

Враховуючи той факт, що за результатами опитування найбільшу підтримку отримав такий варіант соціального підприємництва, як сімейний центр, ми розробили проект 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 зустрічів, 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).

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 місць 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 сьогоднішні 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. ЦКК http://www.arcttc-soriaLЬIz/Hbrary/dehvid-bomshtejn-kak-izmemt-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. http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2013_148_6 Дата звернення: (19.04.2022)
4. Г ендерні ініціативи міст і громад України: кращі практики та рекомендації. https://www.mmregion.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) http://platformamsb.org/wpcontent/uploads/2016/11/Gusak_forum_SE_16.11.2016.pdf (Дата звернення: 18.02.2023)
6. Держкомстат України. Офіційний сайт. ЦКК https://ukrstat.org/uk/ Дата звернення: (17.03.2023)
7. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. К: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с. 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 Enterpreneurship: The Relentless Pursuit of Missioninan 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. Ц^: https://www.ashoka.org/ Дата звернення (21.01.2022)

17. Офіційний сайт соціальної пекарні «Горіховий дім». иЯЬ:

http://gorihoviydim.com.ua/ Дата звернення: (17.03.2022)

18. Пилипенко Н.М., Бєляєва В. В. Можливості застосування інструментарію поведінкової економіки при проведенні економічної політики в Україні. *Економіка та держава.* 2019, № 5, С. 95-100. БОЇ: 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 БОЇ: 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 тендерної рівності. иКЬ: 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.Шр8://готпу-vk.gov.ua/obiednannya-teritorialnikh-gromad/ Дата звернення (14.08.2022)

25. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво.

http://docplayer.net/80494249-V-smal-v-kokot-shcho-slid-znati-pro-socialne-pidpriiemnictvo-posibnik.html Дата звернення (14.02.2022)

26. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А. та інші. К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕНЕЙ», 2017, 188 с. http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialne-pidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf Дата звернення (23.02.2022)

27. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. https://euneighbourseast.eu/uk/news/publications/ekonomiko-pravovyj-analiz- soczialnogo-pidpryyemnycztva-v-ukrayini/_Дата звернення (13.02.2022)

28. Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialno go_pidpriiemstva.pdfДата звернення (13.02.2022)

29. 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-Romenskoi- gromadi-10.pdf. Дата звернення (18.02.2022)

30. Ходакова С. Хартія - практичний інструмент реалізації політики рівності на місцевому рівні http://pleddg.org.ua/uaZS _Дата звернення: (19.04.2022)

31. Чуйко О., Шкуро В. Еколого орієнтоване соціальне підприємництво у громаді Навчально-методичний посібник URL: https://www.sgpinfo.org.ua/sites/default/files/pdf/ekologo_oriyentovane_social ne_pidpryyemnyctvo_u_gromadi_1.pdf Дата звернення: (11.04.2022)

32. 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)

33. 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

розвиткуміст», 2020. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Case_Study_PLEDDG_SocP.pdf Дата звернення: (28.03.2022)

34. 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 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

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

36. Defourny J. & Nyssens M. (2010), Social Entreprise. 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 Doorley Scott, Holcomb Sarah, Klebahn Perry, Segovia Kathryn, Utley Jeremy, The Design Thinking Bootleg, Institute of Design at Stanford, 2018, www. dschool. Stanford .edu/resources/ design -thinking-bootleg

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_Marc h_2013.pdf

37. 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)

38. 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)

39. 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)

40. 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)

41. Maretich M., Bolton M. (2010). Social enterprise: from defnitions 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)

42. 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)

43. 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)

44. 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) Дата звернення (01.03.2022)

45. 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)

46. 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)

47. 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)

48. Rhenman E. How are Swedish social entrepreneurs financing theirbusinesses?: 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)

49. Roger L.M., Osberg S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford social innovation review.* URL: https://ssir.org/artides/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition Дата звернення (16.02.2022)

50. 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)

51. 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)

52. Wronka M. Analyzing the success of social enterprises - criticalsuccess factors perspective. URL: https://www.academia.edu/32871813/analyzing_the_success_of_social_enterprises_critical_success_factors_perspectiv e Дата звернення (16.02.2022)