

УДК 338:336

С. Шевчук, студентка групи ПКмз-61

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, Україна

Науковий керівник: І. Бакушевич, канд.екон.наук, проф.

**БІЗНЕС-МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ДЛЯ ПОТРЕБ
ЕКОНОМІКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ БЛАГОДІЙНОГО ФОНДУ
«КАРИТАС-БЕРЕЖАНИ»)**

S.Shevchuk, student of PK-61 group

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

Supervisor: I. Bakshevych PhD., prof.

**BUSINESS MODELS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FOR THE NEEDS OF
THE ECONOMY DURING THE WAR (EXAMPLE OF THE CHARITY FUND
"CARITAS-BEREZHANY")**

Сьогодні в умовах війни розвиток соціального підприємництва є неабиякою потребою для продовження існування благодійних фондів без інвестицій іноземних донорів. Повномасштабне вторгнення триває майже два роки, фінансові ресурси жертводавців вичерпуються, багато БФ припиняють свою діяльність через неспроможність утримувати себе, як неприбуткову організацію і продовжувати надавати гуманітарну допомогу постраждалим від війни. Саме у такому становищі сьогодні перебуває Благодійний Фонд «Карітас-Бережани». Діючі проекти, які фінансують іноземні донори, закінчують свою діяльність. Тому основним завданням для даного БФ у теперішній час є впровадження соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво - це підхід до бізнесу, який має за мету не тільки отримання прибутку, але й розв'язання певних соціальних або екологічних проблем. Це модель бізнесу, в якій підприємство об'єднує в собі комерційні та соціальні цілі, спрямовуючи частину свого прибутку на підтримку соціальних ініціатив або вирішення соціальних проблем. [1]

Основними принципами соціального підприємництва є поєднання підприємницької діяльності зі спрямуванням на соціальні цілі, та створення інноваційних рішень для розв'язання соціальних проблем. Соціальні підприємства можуть зацікавлювати бізнес-взаємовідносини з різними стейкхолдерами, такими як урядові органи, благодійні фонди, некомерційні організації та інші бізнеси. [2] Для реалізації даного виду підприємницької діяльності БФ «Карітас-Бережани» повинен чітко визначити мету та вид діяльності, а також створити бізнес-модель.

Щоб створити бізнес модель соціального підприємництва, важливо визначити соціальну проблему чи потребу, яку підприємство буде вирішувати, а також визначити механізми, за допомогою яких це буде здійснюватися. Ось кілька типових елементів бізнес моделі соціального підприємництва:

1) соціальна місія - чітко визначений соціальний вплив, який підприємство ставить перед собою. Це може бути, наприклад, підтримка бездомних, боротьба з бідністю, екологічна сталість тощо;

2) продукти чи послуги - розроблення продуктів чи послуг, які відповідають на соціальні потреби або проблеми;

3) прибутковість - генерування прибутку через комерційну діяльність для забезпечення фінансової стійкості і самостійності;

4) додаткові соціальні вигоди - додаткові програми чи послуги, які спрямовані на забезпечення соціальних вигод для цільової аудиторії;

5) імпакт і вимірювання - установлення механізмів для вимірювання соціального впливу та результативності бізнесу в цілому. [3]

Бізнес модель соціального підприємництва може бути різноманітною в залежності від специфіки соціальної проблеми, географічних умов, цільової аудиторії та багатьох інших чинників. Деякі соціальні підприємства працюють у вигляді неприбуткових організацій, інші використовують гібридні моделі, які поєднують бізнес-підходи з соціальною місією.

У той час як бізнес модель соціального підприємництва може бути вигідною для суспільства, вона також має свої виклики та обмеження. Ось деякі з них:

1) фінансування - одним з основних викликів є забезпечення фінансування для розвитку та масштабування соціального підприємства. Багато соціальних підприємств стикаються із складнощами в залученні інвестицій та фінансової підтримки;

2) баланс між прибутковістю і соціальним впливом - досягнення балансу між виробництвом прибутку і забезпеченням соціального впливу може бути складним завданням. Деякі соціальні підприємства стикаються з тиском на збільшення прибутку, що може вплинути на їхню соціальну місію;

3) Легітимність і визнання - інколи соціальні підприємства можуть зіткнутися з викликами, пов'язаними із визнанням їхньої соціальної місії та виявленням їхнього впливу на суспільство;

4) Свідома споживча поведінка - досягнення успіху соціального підприємства може також залежати від зміни свідомої споживчої поведінки і підтримки споживачів, які віддають перевагу продуктам та послугам зі значним соціальним впливом. [4]

Щоб подолати ці виклики та забезпечити успіх бізнесу, соціальні підприємства повинні ретельно прораховувати і зміцнювати свою бізнес-модель, розвивати стратегію фінансування та комунікацій, а також постійно вдосконалювати механізми оцінки соціального впливу.

Важливо пам'ятати, що соціальне підприємництво — це не лише бізнес. Це підприємницький підхід до вирішення соціальних проблем, здатний змінити суспільство на краще. Такі підприємства можуть стати важливим інструментом у боротьбі з бідністю, нерівністю, забрудненням довкілля та багатьма іншими соціальними викликами.

Література

1. Бакушевич І., Шевчук Л., Папп В. Соціальна економіка: навч. Посібник. Тернопіль - Ужгород: ФОП Бреза А.Е., 2015. 436с.
2. Селешук Г. «Мудра Справа»: Соціальне підприємництво — не примха, а вимога часу. Департамент інформації УГКЦ. – 2022.
3. Економічні проблеми сталого розвитку. 2016.
4. Самчук Т. Працелюбство ХХ століття. Якими були соціальні підприємства до того, як це стало трендом. 2022.