

населення країн світу, домінантними векторами серед яких стають поживність та безпека харчування.

**Перелік використаних джерел:**

1. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development (2015).  
URL: <http://www.un.org.ua/en/publications-andreports/global-un-publications/4337-transforming-our-world-the-2030-agenda-for-sustainable-development-2015>
2. Sen A. Poverty and Famines: An Essay on Entitlement and Deprivation. (1981), New York: Oxford: Clarendon Press. 257 p.

УДК 334:364

**Грицишин Вікторія**

студентка групи БМ-21

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

**Науковий керівник: Крамар Ірина**

доктор економічних наук, доцент

професор кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

**Viktoriia Hrytsyshyn**

student of group BM-21

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

**Scientific supervisor: Iryna Kramar**

Doctor of Science (in Economics), Associate Professor

Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

**РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКОСИСТЕМІ: ВИКЛИКИ ТА  
МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ  
ROLE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE ECOSYSTEM : CHALLENGES  
AND OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT**

Актуальним питанням сьогодення є поширення соціального підприємництва в Україні. Як відомо, в Україні соціальне підприємництво здобуває підтримку міжнародної спільноти з початку 2000-х років, а вже з 2015 року розвивається активніше, як реакція соціуму на загрози, пов'язані з гібридною війною на Сході країни та погіршенням соціально-економічної ситуації загалом. Сьогодні соціальне підприємництво набуває популярності, так як йому властива здатність щодо вирішення соціальних та економічних проблем. Однак даний феномен є відносно молодим для України й потребує більш детального вивчення.

Варто зазначити, що соціальні підприємства здійснюють свою діяльність шляхом виробництва та продажу товарів і послуг, використовуючи отримані прибутки для вирішення певних соціальних проблем, а кінцевою його метою є здійснення позитивного соціального впливу. Основним мотивом соціальних підприємців у реалізації даної бізнесової діяльності є їх особисті переконання та цінності, життєвий досвід, а також соціальна відповідальність. Прикладом може слугувати переконання в потребі зменшити нераціональне використання текстильної або іншої продукції; створити робочі місця та забезпечити професійну реалізацію вразливих верств населення тощо. Також досить часто мотивацією до створення

таких підприємств є успішні приклади закордонних колег, наприклад, соціальних підприємств з Європи або США, що дають уявлення про ефективні моделі ведення бізнесу з соціальною або економічною метою.

Найбільша кількість соціальних підприємств в Україні знаходиться на півночі – 43%, у т.ч. Києві – 20%, на заході країни – 27%. Як і інші підприємства, соціальні здійснюють свою діяльність у різних галузях. Відповідно до Каталогу соціальних підприємств, варто зазначити, що найпоширенішими сферами такої діяльності є трудова, медична і соціальна допомога вразливим верствам населення (зокрема, осіб з обмеженими можливостями, внутрішньо переміщених осіб), вирощування і збут сільськогосподарських товарів, продаж виробів ручної роботи тощо [1]. Галузева структура соціальних підприємств представлена на рис. 1.



Рисунок 1. Галузева структура соціальних підприємств (побудовано автором на основі [2])

Також бувають випадки, що соціальні підприємства не обмежуються якоюсь однією сферою, а навпаки працюють як багатогалузеві або комбіновані підприємства.

Попри те, що є багато людей готових створювати та розвивати соціальні підприємства, існує ряд недоліків, що перешкоджають стратегічному та якісному розвитку цього сектору. Ключовим недоліком екосистеми, в якій вони працюють, є відсутність взаємодії та комунікації між її учасниками, адже не всі з них включені до екосистеми, а тому доводиться взаємодіяти через особисті контакти. Сьогодні об'єктивною необхідністю та викликом для соціальних підприємств є пошук нових інвесторів, а відповідно, для інвесторів – ознайомлення із проектами та аналіз бізнес-моделей. Тому варто проводити просвітницьку роботу між потенційними соціальними підприємцями щодо пошуку джерел фінансування, кредитування та отримання грантів. Також варто регулярно проводити заходи (у т.ч. конференції, воркшопи, семінари), спрямовані на налагодження особистісної взаємодії учасників соціального підприємництва. У таких зустрічах необхідна участь:

- іноземних соціальних підприємців – для розуміння специфіки їхньої роботи та обміну досвідом щодо розширення джерел фінансування;
- закордонних соціальних інвесторів – для залучення міжнародних інвестицій у вітчизняні соціальні підприємства;
- ЗМІ – для забезпечення ефективної комунікації, зокрема, через соціальні ролики з метою популяризації соціального підприємництва;
- громадськості.

У даному контексті варто зазначити роль просвітницької діяльності щодо пояснення суті соціального підприємництва, що в свою чергу, формує довіру до екосистеми, а також необхідність поширення інформації щодо успішних бізнес-проектів, результатом чого буде мобілізація спільноти підприємців та залучення нових інвестицій.

Ефективним способом формування довіри між учасниками екосистеми є також розроблення інтерактивних онлайн-ресурсів для взаємодії між ними. Такі цифрові платформи є відправними точками обміну ідеями та досвідом.

Загалом сфера соціальних інвестицій в Україні не є достатньо дослідженою та розвинутою. Фінансуючи, організації проявляють все більше зацікавлення до підтримки і розвитку соціального бізнесу. Ключовим джерелом фінансування соціальних підприємств є донори, чий фінансові ресурси є важливими, зокрема для підтримки на етапі створення соціального підприємства та просування певних ідей. Для ефективного розвитку екосистеми соціальних інвестицій варто також впровадити змішане фінансування, а саме поєднувати гранти й інвестиції в межах одного проєкту.

З метою визначення потреби в залученні інвестицій організаціям варто проаналізувати досягнуті результати діяльності соціальних підприємств на основі оцінки соціального впливу, який вони здійснили. В першу чергу, це стосується тих соціальних підприємств, одним із джерел фінансування яких є грантові кошти. Адже у такому випадку підприємства, звітують перед донорами за визначеними критеріями без вимірювання чіткого впливу на соціум загалом. Тобто необхідно запровадити такий інструмент в екосистему, який оцінював би ефективність того чи іншого соціального підприємства з позицій його економічної та соціальної користі. Таким чином, це дасть змогу соціальним підприємствам встановити контакти з інвесторами, а інвестори, у свою чергу, зможуть аналізувати та порівнювати діяльність підприємств в частині їх ефективності.

Окрім того, важливим просвітницьким заходом є розроблення та впровадження у навчальний процес в закладах вищої освіти дисциплін із ведення соціального підприємництва, адже це розвиватиме підприємницькі навички та спонукатиме соціальну молодь до соціальної відповідальності.

Таким чином, сьогодні соціальне підприємництво набуває популярності в Україні попри те, що перед його учасниками виникають ряд викликів. З цією метою необхідно провадити просвітницьку діяльність, організовувати заходи для налагодження взаємодії між різними учасниками екосистеми та створювати сприятливий клімат та здійснення даної діяльності.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 роки. URL: <https://drive.google.com/file/d/1511NaCLownZVph-lAgcZpk3Esp79sicw/view> (дата звернення: 10.03.2021).
2. Екосистема соціального підприємництва в Україні: виклики та можливості. URL: [https://pactukraine.org.ua/sites/default/files/2018-06/APEA\\_REPORT\\_ukr.pdf](https://pactukraine.org.ua/sites/default/files/2018-06/APEA_REPORT_ukr.pdf) (дата звернення: 11.03.2021).