

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

РОМАНОВСЬКА АННА ВОЛОДИМИРІВНА

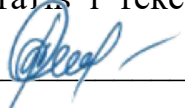
УДК 005.332.2:005.35:334.72]+[658:330.131.5](043)

ДИСЕРТАЦІЯ
ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО
ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ

Спеціальність 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Галузь знань 07 – Управління та адміністрування

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело


_____ А.В. Романовська

Науковий керівник Величко Вікторія Валеріївна, кандидат економічних
наук, доцент

Харків – 2024

АНОТАЦІЯ

Романовська А.В. Економіко-організаційне забезпечення соціально орієнтованого бізнесу. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, освітньо-наукова програма – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, Галузь знань 07 – Управління та адміністрування. – Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Харків, 2024.

За останні роки соціально орієнтований бізнес став однією з ключових тем у світі бізнесу та соціальних наук. Ця концепція не лише переглядає традиційні уявлення про підприємництво, а й пропонує новий підхід до вирішення соціальних проблем. Соціальний бізнес поєднує в собі цілі доходності з соціальною місією, дозволяючи підприємствам ефективно впливати на суспільство та отримувати прибуток. Проте наразі в Україні відсутні як ґрунтовні наукові праці, так і нормативно-правові акти, які б визначали поняття соціально орієнтованого бізнесу та окреслювали організаційні аспекти його діяльності. Необхідність визначення, обґрунтування та окреслення перспектив функціонування зумовлюють актуальність теми дослідження.

Основною метою дослідження було виявлення оптимальних підходів до підвищення ефективності соціально орієнтованого бізнесу з урахуванням сучасних тенденцій та вимог ринку.

У першому розділі «Теоретичні засади організаційно-економічного забезпечення соціально орієнтованого бізнесу» розглянуто наявні наукові праці у сфері соціального бізнесу, систематизовані теоретичні положення щодо визначення поняття та видів. Охарактеризовані аспекти складових забезпечення соціально орієнтованого бізнесу, проаналізовано міжнародний досвід, проведено порівняльний аналіз моделей корпоративної соціальної відповідальності. Визначено напрями та особливості функціонування соціально орієнтованого бізнесу в Україні, сформовані перспективні напрями діяльності.

Соціально орієнтований бізнес багатогранне поняття, що включає у себе соціальне підприємство, корпоративну соціальну відповідальність та соціально відповідальні інвестиції. Розглянуто кожне поняття, охарактеризовано особливості.

У світлі зростаючого інтересу до соціальної відповідальності бізнесу, дослідження стану та характеристика соціально орієнтованого підприємництва в Україні набуває особливого значення. Завдяки соціальному бізнесу компанії можуть одночасно досягати фінансових цілей і вносити суттєвий внесок у вирішення соціальних проблем.

У другому розділі «Дослідження стану та характеристика соціально орієнтованого бізнесу в Україні» проведено аналіз діяльності соціальних підприємств в Україні. Розглянуто наявну нормативно-правову базу, проаналізовані урядові документи. Охарактеризовані організаційно-правові форми підприємств та можливість їх застосування для підприємств соціального бізнесу.

Проведено аналіз підприємств, що використовують принципи корпоративної соціальної відповідальності, доведено, що український великий бізнес готовий до впровадження передових моделей соціальної відповідальності на основі цілей сталого розвитку і до реалізації масштабних і довгострокових соціальних проектів.

Проаналізовані підходи до соціальних інвестицій, розглянуті основні напрямки інвестування. Проведено аналіз обсягів капітальних інвестицій за 2015-2022 роки. Виявлено, що наразі потенціал політики соціального інвестування починає знижуватися. Виникає потреба в більш досконалому управлінні та державному регулюванні фінансових інвестицій на всіх рівнях бюджетної ієрархії — від загальнодержавного бюджету до бюджетів місцевих громад. Це дозволить створити передумови для розробки бюджетної політики, яка б відповідала сучасним потребам розвитку соціальної інфраструктури.

Наведено наявні соціальні, економічні, екологічні проблеми які можливо вирішити за допомогою залучення соціально орієнтованих підприємств.

Представлено динаміку розвитку соціального бізнесу в Україні, проведено оцінку ефективності забезпечення.

Наведено перспективні моделі функціонування задля досягнення Цілей сталого розвитку. Завдяки впровадженню та використанню цих моделей можливо досягти таких орієнтирів, як добробут та здоров'я населення, що забезпечуватимуться інноваційним розвитком економіки, побудованим на сталому використанні природних ресурсів.

Будучи країною з великим потенціалом для розвитку соціального підприємництва, Україна привертає увагу як місце для інвестування в проекти з позитивним впливом на суспільство. Зростаюча свідомість громадян та підтримка держави сприяють створенню сприятливого середовища для розвитку соціальних ініціатив.

У третьому розділі «Стратегічні напрями розвитку та засоби формування забезпечення соціально орієнтованого бізнесу» запропоновано та застосовано підхід, що показує результати оцінки впливу соціально орієнтованого бізнесу на вирішення соціально-економічних проблем, здійснено економіко-математичне моделювання чинників підвищення ефективності соціального підприємства, визначено місце соціального бізнесу у економічному контексті держави.

Доведено, що соціальний бізнес може створювати синергійний ефект щодо впливу на вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем, а також пожвавлювати економічне життя регіону. У ході дослідження було виявлено, що ефективне управління соціально орієнтованим бізнесом потребує комплексного підходу, враховуючи як економічні, так і соціальні аспекти діяльності підприємства.

Проведено економічне обґрунтування пропозицій щодо підвищення ефективності діяльності. Визначено, що ефективність соціального підприємства можна підвищити за допомогою введення податкових пільг, діджиталізації, державно-приватного партнерства, концесій, запровадження ідей зеленої та циркулярної економіки. Запропоновано модель для визначення вагомості впливу вище перелічених факторів на загальну ефективність діяльності.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у наступному:

удосконалено:

– категорійний апарат визначення соціально орієнтованого бізнесу, його основні ознаки та характеристики, що дозволяє чітко визначити приналежність підприємства до соціального бізнесу, задля покращення аналізу динаміки розвитку та підвищення ефективності діяльності;

– теоретико-методичний підхід до оцінки рівня впливу соціального бізнесу на вирішення нагальних питань та на досягнення Цілей сталого розвитку шляхом впровадження інтегрального показника впливу та побудови економіко-математичної моделі;

– організаційно-економічна модель підвищення ефективності діяльності соціального підприємства, який застосовується з метою врахування ключових факторів, які впливають на їхню ефективність та успішність. Також визначено, що використання даної моделі може сприяти збільшенню впливу соціальних підприємств на суспільство та створенню більш стійкого та ефективного бізнесу, спрямованого на досягнення соціальних цілей та збалансованого розвитку.

набули подальшого розвитку:

– організаційно-економічний механізм забезпечення соціально орієнтованих підприємств шляхом визначення критеріїв оцінки діяльності. Це охоплює не лише фінансові показники, але й соціальні виміри, такі як вплив на спільноту, екологічну стійкість та створення робочих місць;

– нормативно-правове визначення та критерії соціального підприємства, завдяки чому можливо створити окрему організаційно-правову форму та податковий режим, що враховуватиме їхню соціальну місію. Це сприяє стимулюванню розвитку соціального бізнесу та забезпечує визнання його важливого внеску в суспільство;

– науково обґрунтовані пропозиції поживлення розвитку соціального бізнесу, що базуються на економіко-математичній моделі взаємозв'язку держави та бізнесу. Це дозволяє визначити оптимальні стратегії співпраці між державою

та соціальними підприємствами, щоб стимулювати їх розвиток та сприяти вирішенню соціальних проблем.

Дисертаційну роботу виконано на кафедрі Підприємництва та бізнес-адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова відповідно до завдань держбюджетних науково-дослідних робіт МОН України:

– «Підприємництво та бізнес: організаційні, управлінські та економічні складові», (2021 р., номер державної реєстрації №0116U005497), де автором запропоновані шляхи діджиталізації системи управління підприємством для зростання ефективності діяльності;

– «Розробка інвестиційно-маркетингової концепції підвищення соціально-економічного потенціалу територіальних громад» (2024 р., етап 1. «Оцінка та аналіз соціально-економічного потенціалу територіальних громад в воєнний та післявоєнний періоди.»), номер державної реєстрації №0124U000115, де автором було сформовано систему економічних показників діяльності територіальних громад з метою визначення їх потенціал;

– «Підприємництво та бізнес: організаційні, управлінські та економічні складові» (номер державної реєстрації 0120U104696): Етап 4. Інноваційно-орієнтована стратегія конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності (2023), де розглянуто важливість інноваційної стратегії конкурентоспроможності.

Результати дослідження використовуються у діяльності суб'єктів підприємництва, у навчальному процесі Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова, у роботі місцевих органів влади.

Ключові слова: соціально орієнтований бізнес, соціальне підприємництво, корпоративна соціальна відповідальність, соціальні інвестиції, імпакт-інвестування, циркулярна економіка, зелена економіка, державно-приватне партнерство, цілі сталого розвитку, екологічний ефект, економіко-організаційне забезпечення.

ABSTRACT

Romanovska A.V. Economic and organizational support of socially oriented business. - Qualifying scientific work in the form of a manuscript.

Dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy in specialty 076 – Entrepreneurship, trade and exchange activity, educational and scientific program – Entrepreneurship, trade and exchange activity, Field of knowledge 07 – Management and administration. - O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, 2024.

In recent years, socially oriented business has become one of the key topics in the world of business and social sciences. This concept not only revises traditional ideas about entrepreneurship, but also offers a new approach to solving social problems. Social business combines profitability goals with a social mission, allowing businesses to effectively impact society and make a profit. However, currently in Ukraine there are no thorough scientific works or legal acts that would define the concept of socially oriented business and outline the organizational aspects of its activity. The necessity of defining, substantiating and outlining the perspectives of functioning determines the relevance of the research topic.

The main goal of the study was to identify optimal approaches to increase the efficiency of socially oriented business, taking into account modern trends and market requirements.

In the first chapter "Theoretical principles of organizational and economic support of socially oriented business" available scientific works in the field of social business are considered, theoretical provisions on the definition of concepts and types are systematized. Aspects of the components of ensuring socially oriented business are characterized, international experience is analyzed, and a comparative analysis of models of corporate social responsibility is carried out. The directions and peculiarities of functioning of socially oriented business in Ukraine have been determined, promising directions of activity have been formed.

Socially oriented business is a multifaceted concept that includes social enterprise, corporate social responsibility and socially responsible investments. Each concept is considered, features are characterized.

Given the growing interest in corporate social responsibility of business, the study of the state and characteristics of socially oriented entrepreneurship in Ukraine is of particular importance. Due to social business, companies can simultaneously achieve financial goals and make a significant contribution to solving social problems.

In the second chapter, "Study of the state and characteristics of socially oriented business in Ukraine", an analysis of the activities of social enterprises in Ukraine was carried out. The existing legal framework was considered, government documents were analyzed. The organizational and legal forms of enterprises and the possibility of their application for social business enterprises are considered.

An analysis of enterprises that use the principles of corporate social responsibility was conducted, and it was proved that Ukrainian big business is ready to introduce advanced models of social responsibility based on the goals of sustainable development and to carry out large-scale and long-term social projects.

Approaches to social investments have been analyzed, the main areas of investment are considered. An analysis of capital investment volumes for 2015-2022 was carried out. It was revealed that the potential of the social investment policy is currently beginning to decrease. There is a need for more advanced management and state regulation of financial investments at all levels of the budget hierarchy — from the national budget to the budgets of local communities. This will create prerequisites for the development of a budget policy that would meet the modern demands of the development of social infrastructure.

The existing social, economic, and environmental problems that can be solved by involving socially oriented enterprises are given. The dynamics of the development of social business in Ukraine are presented, and the effectiveness of the provision is evaluated.

Prospective models of functioning to achieve the Sustainable Development Goals are presented. Thanks to the implementation and use of these models, it is

possible to achieve such landmarks as the well-being and health of the population, which will be ensured by the innovative development of the economy, built on the sustainable use of natural resources.

As a country with great potential for the development of social entrepreneurship, Ukraine is attracting attention as a place to invest in projects with a positive impact on society. The growing awareness of citizens and the support of the state contribute to the creation of a favorable environment for the development of social initiatives. However, there are also challenges, including insufficient legal framework and bureaucratic obstacles.

In the third chapter "Strategic directions of development and means of formation of provision of socially oriented business" it has been proposed and applied approach showing the results of the assessment of the impact of socially oriented business on the solution of socio-economic problems, economic and mathematical modeling of the factors of increasing the efficiency of the social enterprise have been carried out, the place of social business in the economic context of the state has been determined.

It has been proven that social business can create a synergistic effect in influencing the solution of social, economic and environmental problems, as well as revitalizing the economic life of the region. In the course of the research, it was found that effective management of a socially oriented business requires a comprehensive approach, considering both economic and social aspects of the enterprise's activity.

Economic substantiation of proposals for increasing the efficiency of activities has been carried out. It was determined that the efficiency of a social enterprise can be increased by introducing tax benefits, digitalization, public-private partnerships, concessions, and the introduction of green and circular economy ideas. A model is proposed for determining the importance of the influence of the above-listed factors on the overall efficiency of the activity.

The scientific novelty of the obtained results is as follows:

improved:

– a categorical apparatus for determining socially oriented business, its main signs and characteristics, which allows you to clearly determine the enterprise's

affiliation to social business, in order to improve the analysis of the dynamics of development and increase the efficiency of activity;

- a theoretical-methodical approach to assessing the level of influence of social business on solving urgent issues and achieving the Sustainable Development Goals by introducing an integral indicator of influence and building an economic-mathematical model;

- an organizational and economic model for increasing the efficiency of social enterprises, which is used to take into account key factors that affect their efficiency and success. It is also determined that the use of this model can help increase the impact of social enterprises on society and create a more sustainable and efficient business aimed at achieving social goals and balanced development.

acquired further development:

- the organizational and economic mechanism of ensuring socially oriented enterprises by means of determining the criteria for evaluating activities. This covers not only financial performance but also social dimensions such as community impact, environmental sustainability and job creation;

- regulatory and legal definition and criteria of a social enterprise, thanks to which it is possible to create a separate organizational and legal form and a tax regime that will take into account their social mission. This helps stimulate the development of social business and ensures recognition of its important contribution to society;

- scientifically based proposals for revitalizing the development of social business, based on the economic-mathematical model of the relationship between the state and business. This makes it possible to determine optimal strategies for cooperation between the state and social enterprises in order to stimulate their development and contribute to solving social problems.

The results of the research are used in the activities of enterprises, in the educational process of O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, in the work of local and state authorities.

The dissertation work was completed at the Department of Entrepreneurship and Business Administration of O. M. Beketov National University of Urban Economy in

Kharkiv in accordance with the tasks of the state budget research works of the Ministry of Education and Culture of Ukraine:

– "Entrepreneurship and business: organizational, managerial and economic components", (2021, state registration number №0116U005497), where the author proposed ways to digitize the enterprise management system to increase the efficiency of operations;

– "Development of an investment and marketing concept for increasing the socio-economic potential of territorial communities" (2024, stage 1. "Evaluation and analysis of the socio-economic potential of territorial communities in the war and post-war periods."), state registration number №0124U000115, where the author was a system of economic indicators of the activity of territorial communities was formed in order to determine their potential;

– "Entrepreneurship and business: organizational, managerial and economic components" (state registration number 0120U104696): Stage 4. Innovation-oriented strategy of competitiveness of business entities (2023), where the importance of innovative competitiveness strategy is considered.

The results of the research are used in the activities of business entities, in the educational process of O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, in the work of local authorities.

Keywords: socially oriented business, social entrepreneurship, corporate social responsibility, social investment, impact investing, circular economy, green economy, public-private partnership, sustainable development goals, environmental effect, economic and organizational support.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

Розділ в колективній монографії іноземного видання

1. Romanovska A., Velychko V. Socially oriented business as a tool of anti-crisis development of territories // Anti-crisis management: state, region, enterprise.- Collective monograph. – Kaunas, Lithuania: «Baltija Publishing»;, 2020. – С. 138-150 . DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-020-9-10>

Статті у наукових фахових виданнях України

2. Величко В.В., Романовська А. В. Теоретичні засади та перспективи використання моделей функціонування соціально відповідального бізнесу. Комунальне господарство міст, 2022. 2(169), 86-90 DOI <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2022-2-169-86-90>

3. Романовська А. В. Критерії оцінювання ефективності діяльності соціально орієнтованого підприємства // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки", 2024. №4. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-4-9855>

4. Романовська А. В. Діджиталізація соціального підприємства як фактор розвитку фінансово-економічних відносин. «Наукові інновації та передові технології». 2024. № 5(33). С. 403–410. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5\(33\)-403-410](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5(33)-403-410).

Праці апробаційного характеру

5. A. Romanovska, V. Velychko, L. Shumeiko Prospective directions of development of socially oriented business in Ukraine. Міжнародного форуму «Молоді дослідники у глобалізованому світі: підходи та виклики», (Харків, квітень 2021 року ХНУМГ імені О. М. Бекетова).303с. С.129-132.

6. Романовська А.В., Величко В.В. СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИЙ БІЗНЕС ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА. Актуальні проблеми економіки, фінансів, менеджменту та права: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 26 листопада 2020 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2020. 172с. С.134-137.

7. Романовська А. В., Величко В. В. Соціально орієнтований бізнес як аспект сталого розвитку території. Перспективи розвитку територій: теорія і практика : матеріали V Міжнар. науково-практ. конф. здобувачів вищ. освіти і молодих вчен., м. Харків, 18–19 листоп. 2021 р. / ред.: М. Сухонос та ін. Харків, 2021. С. 225–228.

8. Романовська А.В., Величко В.В. Аспекти складових забезпечення діяльності соціально-орієнтованого бізнесу. Проблеми розвитку ринку фінансових послуг. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 17 листопада 2022 р. Харків: Харк. нац. ун-т будів. та архіт., 2022. 106 с. С. 11-14.

9. Величко В.В., Романовська А.В. Особливості вибору стратегії розвитку соціально орієнтованих підприємств. Підприємництво та бізнес-адміністрування: сучасні виклики, тренди та трансформації [Електронний ресурс] : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Харків, 01 – 28 лютого 2022 р. / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова [та ін.] ; [редкол. : П. Т. Бубенко, О. Ю. Палант, С. Ю. Юр'єва]. Електронні текстові дані. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. С. 181.

10. Величко В.В., Романовська А. В. Соціальне підприємництво як фактор регіонального розвитку. Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 85): матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна, м. Ополь, Польща, 15-16 лютого 2024 р.)

Додаткові публікації, що засвідчують результати дослідження

11. Івасішина Н. В., Романовська, А. В. Державно-приватне партнерство у житлово-комунальному господарстві. Економіко-правові аспекти державно-приватного партнерства в умовах децентралізації економіки України: матеріали всеукр. наук.-практ інтернет-конф. молодих учених і студентів , 1-28 лют. 2017р, Харків. С.203-205.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	16
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ.....	23
1.1 Соціально орієнтований бізнес. Види та функції.....	23
1.2 Аспекти складових забезпечення соціально орієнтованого бізнесу.....	46
1.3 Вивчення міжнародного досвіду щодо діяльності соціально орієнтованого бізнесу.....	53
Висновки до розділу 1.....	63
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	66
2.1 Аналіз умов діяльності суб'єктів соціального підприємництва в Україні.....	66
2.2 Критерії оцінки ефективності забезпечення.....	92
2.3 Перспективні моделі функціонування суб'єктів соціального підприємства	112
Висновки до розділу 2.....	117
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТА ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ.....	120
3.1 Перспективні напрями розвитку соціально-орієнтованого бізнесу.....	120
3.2 Соціально орієнтований бізнес як інструмент вирішення соціально- економічних проблем.....	145
3.3 Економічне обґрунтування пропозицій щодо розробки організаційно- економічного механізму забезпечення соціально орієнтованих підприємств	162
Висновки до розділу 3.....	175
ВИСНОВКИ.....	177
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	181
ДОДАТКИ.....	196

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ І СКОРОЧЕНЬ

КСВ – корпоративна соціальна відповідальність

СП – соціальне підприємство

СВБ – соціальна відповідальність бізнесу

БКГ - Бостонська консалтингова група

ЦСР – Цілі сталого розвитку

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах, зростання соціальної свідомості та зміна у споживчих уподобаннях створюють підґрунтя для розвитку соціально орієнтованого бізнесу. Нові покоління споживачів активно виявляють зацікавленість у продуктах та послугах, які не лише приносять прибуток, але й мають позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище.

Умови глобалізації та кризові процеси можуть ускладнювати ситуацію для держав у вирішенні соціальних проблем, але соціально орієнтований бізнес може здійснювати певний компенсаторний вплив.

У цьому контексті соціально орієнтований бізнес може відігравати важливу роль у сприянні економічному, соціальному та екологічному розвитку держави, сприяючи досягненню її стратегічних цілей та завдань. Соціальні підприємства в сучасних умовах можуть мати важливе значення у сприянні досягненню стратегічних цілей та завдань держави, забезпечуючи баланс між економічною вигодою, соціальними потребами та екологічною стійкістю. Наприклад, багато соціальних підприємств працюють над екологічно чистими технологіями та продукцією, сприяючи зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище. Це може допомогти державі досягти своїх екологічних цілей та зобов'язань перед міжнародними спільнотами.

З іншого боку, підприємства, які включають соціальні та екологічні аспекти у свою стратегію, отримують перевагу на ринку та можуть забезпечити більш стабільну та довгострокову успішність.

У цьому контексті, ефективне управління та організаційне забезпечення стає критичним для успішного функціонування соціально орієнтованих підприємств. Розробка і впровадження стратегій, спрямованих на забезпечення сталого розвитку та соціальної відповідальності, вимагають глибокого розуміння ринкових тенденцій, а також дотримання високих стандартів управління та корпоративного управління.

Дослідженням та вирішенням питань проблемних питань діяльності соціально орієнтованого бізнесу займалися як українські, так і зарубіжні вчені. Серед них варто виділити наступних науковців: Г.Диз, С. Арісс, Г. Боуен, В.Райан, Т. Герет, С.Морт, Дж. Віраварден, Р. Клоноскі, Ю. Бегма, М. Бутко, О. Вінніков, С. Мельник, О. Петров, О. Редько, Н. Супрун.

Незважаючи на існуючі дослідження з цієї теми, проведених вченими як з-за кордону, так і в Україні, аспекти соціальної відповідальності бізнесу, зокрема у формуванні та реалізації концепцій, залишаються недостатньо вивченими. У вітчизняному контексті ця проблематика є ще маловивченою, тому нагальне вирішення цих питань зумовлюють актуальність дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано на кафедрі Підприємництва та бізнес-адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова відповідно до завдань держбюджетних науково-дослідних робіт МОН України:

– «Підприємництво та бізнес: організаційні, управлінські та економічні складові», (2021 р., номер державної реєстрації №0116U005497), де автором запропоновані шляхи діджиталізації системи управління підприємством для зростання ефективності діяльності;

– «Розробка інвестиційно-маркетингової концепції підвищення соціально-економічного потенціалу територіальних громад» (2024 р., етап 1. «Оцінка та аналіз соціально-економічного потенціалу територіальних громад в воєнний та післявоєнний періоди.»), номер державної реєстрації №0124U000115, де автором було сформовано систему економічних показників діяльності територіальних громад з метою визначення їх потенціал;

– «Підприємництво та бізнес: організаційні, управлінські та економічні складові» (номер державної реєстрації 0120U104696): Етап 4. Інноваційно-орієнтована стратегія конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності (2023), де розглянуто важливість інноваційної стратегії конкурентоспроможності.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є розкриття основних аспектів соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням сучасних тенденцій та вимог ринку, а також виявлення оптимальних підходів до підвищення ефективності соціально орієнтованого бізнесу.

Завдання дослідження включають:

- Аналіз наявних теоретичних підходів до розуміння соціально орієнтованого бізнесу та подальше формування категорійного апарату і визначення поняття соціально орієнтованого бізнесу;
- Вивчення міжнародного досвіду у реалізації концепцій соціального підприємництва;
- Дослідження організаційно-правових форм і податкових режимів, які можуть бути використані для заснування соціального підприємства;
- Дослідження особливостей формування та реалізації концепцій соціально орієнтованого бізнесу в Україні;
- Визначення стратегічних і перспективних напрямків розвитку соціально орієнтованого бізнесу та розроблення рекомендацій щодо підвищення його ефективності;
- Розробка рекомендацій щодо нормативно-правових актів та пільгового режиму оподаткування;
- Розробка теоретико-методичного підходу для оцінки критеріїв забезпечення соціального бізнесу та подальше формування економіко-математичної моделі впливу факторів економіко-організаційного забезпечення на ефективність діяльності соціального підприємства;
- Здійснення економіко-математичного моделювання впливу соціального бізнесу на економічний та екологічний стан держави;

Об'єкт дослідження – процеси функціонування та розвитку соціально орієнтованого бізнесу.

Предмет дослідження – економіко-організаційні механізми, інструменти та методи економіко-організаційного забезпечення соціально орієнтованого бізнесу.

Теоретичну базу та методичну основу забезпечують загальнонаукові методи: порівняння, узагальнення, системний аналіз, а також використання методики нормативно-правового і організаційно-економічного забезпечення соціального бізнесу та аналізу впливу на соціальні, економічні і екологічні проблеми.

Також використовувались методи *економічного та фінансового аналізу* - для оцінки чинників забезпечення соціально орієнтованого бізнесу, *економіко-математичного аналізу* для встановлення зв'язку між соціальним підприємством та економічним контекстом, *структурно-логічного аналізу* - при розробці організаційно-економічного механізму, *теоретичного обґрунтування* - при визначенні категорійного апарату соціально орієнтованого бізнесу, *експертного аналізу* - для визначення чинників розвитку соціального бізнесу.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в наступному:

удосконалено:

- категорійний апарат визначення соціально орієнтованого бізнесу, його основні ознаки та характеристики, що дозволяє чітко визначити приналежність підприємства до соціального бізнесу, задля покращення аналізу динаміки розвитку та підвищення ефективності діяльності;
- теоретико-методичний підхід до оцінки рівня впливу соціального бізнесу на вирішення нагальних питань та на досягнення Цілей сталого розвитку шляхом впровадження інтегрального показника впливу та побудови економіко-математичної моделі;
- організаційно-економічна модель підвищення ефективності діяльності соціального підприємства, який застосовується з метою врахування ключових факторів, які впливають на їхню ефективність та успішність. Також визначено, що використання даної моделі може сприяти збільшенню впливу соціальних підприємств на суспільство та створенню більш стійкого та ефективного бізнесу, спрямованого на досягнення соціальних цілей та збалансованого розвитку. Отримані результати підкреслюють важливість

соціального підприємництва як інструменту для досягнення економічних цілей та соціальних змін у суспільстві.

набули подальшого розвитку:

– організаційно-економічний механізм забезпечення соціально орієнтованих підприємств шляхом визначення критеріїв оцінки діяльності. Це охоплює не лише фінансові показники, але й соціальні виміри, такі як вплив на спільноту, екологічну стійкість та створення робочих місць;

– нормативно-правове визначення та критерії соціального підприємства, завдяки чому можливо створити окрему організаційно-правову форму та податковий режим, що враховуватиме їхню соціальну місію. Це сприяє стимулюванню розвитку соціального бізнесу та забезпечує визнання його важливого внеску в суспільство;

– науково обґрунтовані пропозиції поживлення розвитку соціального бізнесу, що базуються на економіко-математичній моделі взаємозв'язку держави та бізнесу. Це дозволяє визначити оптимальні стратегії співпраці між державою та соціальними підприємствами, щоб стимулювати їх розвиток та сприяти вирішенню соціальних проблем.

Практична значущість одержаних результатів полягає в тому, що теоретичні висновки та методичні положення розроблені до рівня конкретних пропозицій та практичних рекомендацій. Вони можуть слугувати основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо підвищення ефективності діяльності соціально орієнтованого підприємництва в Україні.

Результати дослідження використовуються у діяльності суб'єктів підприємництва, у навчальному процесі Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова, у роботі місцевих органів влади.

Методичні та практичні рекомендації, представлені у дисертаційній роботі щодо діяльності соціального підприємництва як фактору регіонального розвитку, використовуються у діяльності Мерэф'янської міської ради (Харківська обл., м.Мерефа, довідка від 09.05.2024 року).

Також, результати дисертаційного дослідження щодо оцінки аспектів економіко-організаційного забезпечення діяльності підприємства застосовуються у діяльності Харківської філії ТОВ «Газорозподільні мережі України» (Харківська обл., м.Мерефа, довідка від 10.05.2024 року).

Особистий внесок здобувача в дисертаційну роботу полягає у самостійному виконанні роботи, включаючи розробку авторських підходів, тлумачення, висновки та рекомендації щодо організаційно-економічного забезпечення соціально орієнтованого бізнесу. Запропоновані заходи спрямовані на підвищення ефективності діяльності соціального підприємництва, його інвестиційної привабливості, а також фінансово-економічного стану. Усі ключові положення та результати дослідження отримані здобувачем особисто.

Апробація результатів дисертації. Основні результати та ключові положення дисертаційної роботи доповідалися на міжнародних та вітчизняних науково-практичних конференціях: Міжнародний форум «Молоді дослідники у глобалізованому світі: підходи та виклики» (Харків, 2021), Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми економіки, фінансів, менеджменту та права» (Полтава, 2020), V Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих вчених «Перспективи розвитку територій: теорія і практика», (Харків, 2021), Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Проблеми розвитку ринку фінансових послуг» (Харків, 2022), Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Підприємництво та бізнес-адміністрування: сучасні виклики, тренди та трансформації» (Харків, 2022), Міжнародна наукова інтернет-конференція «Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення» (Ополе, 2024).

Прийнято участь у:

- міжнародному вебінарі на тему «Використання можливостей хмарних сервісів в онлайн навчанні з використанням платформ Microsoft Teams та Office 365»;
- тижні молодіжної науки у Харківському національному університеті міського господарства ім. О.М. Бекетова (17-21 травня 2021р);

- проєкті за напрямом Ж. Моне в рамках програми ЄС Еразмус + Стале мислення та підприємництво, сертифікат №058/2022 (90 годин, 2022р);
- проєкті за напрямом Ж. Моне в рамках програми ЄС Еразмус + Бізнес-моделі для сталого розвитку:виклики та цифрова трансформація, сертифікат №BSA 132/2023 (90 годин, 2023р).

Публікації. Основний зміст дисертації відображено у 11 наукових працях, з них: 1 розділ в колективній монографії, 3 статті у науковому фаховому виданні, 6 - у матеріалах конференцій.

Структура і обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел з 127 найменувань на 15 сторінках. Загальний текст дисертації викладено на 233 сторінках, включає 9 таблиць, 44 рисунки, 12 додатків на 34 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ

1.1 Соціально орієнтований бізнес. Види та функції

В Україні розвиток соціально орієнтованого бізнесу є особливо актуальним у контексті постійних економічних та соціальних змін. Підтримка таких ініціатив сприяє не лише економічному зростанню, але й покращенню якості життя населення, зміцненню соціальної згуртованості та підвищенню екологічної свідомості. Аналіз і дослідження цієї теми в сучасних економічних умовах є надзвичайно актуальними.

Ця проблема виникла на рубежі XIX та XX ст., і з того часу стала об'єктом уваги науковців.

Серед зарубіжних вчених, які найбільш плідно працюють в цьому напрямі, є: Е. Шоу, С. Картер, [19] С. Морт, Дж. Віраварден [17], Я. Макміллан, Дж. Томпсон [21], Дж. Остін, Х. Стівенсон, та Дж. Вей-Скіллерн [23] та інші, серед вітчизняних науковців: З. Галушка, М. Бутко, О. Вінніков, С. Мельник, І. Дзябка, К. Редько та інші. [24-25, 40]

Незважаючи на існуючі дослідження зарубіжних і вітчизняних вчених з цієї теми, аспекти соціально орієнтованого бізнесу, зокрема формування та реалізація концепцій, залишаються недостатньо вивченими. Особливо це стосується України, де ця проблематика є новою.

Соціально орієнтований бізнес це широке поняття, що включає у себе наступні категорії:

– Соціальне підприємництво. Це комерційна діяльність, направлена на вирішення або пом'якшення соціальних проблем. Така діяльність відрізняється від благодійності умовами окупності та фінансової стійкості.

– Стійке або соціально відповідальне інвестування. Метою інвестування є збільшення прибутку, позитивний вплив на соціальне середовище шляхом розподілу капіталу і включення своїх цінностей у процес інвестування.

– Корпоративна соціальна відповідальність. Компанії, що даними принципами, беруть на себе додаткову відповідальність за вплив своєї діяльності на суспільство та оточуюче середовище. [1]



Рис.1.1. - Складові соціально орієнтованого бізнесу

Джерело: сформовано автором

У найзагальнішому вигляді намічені наступні шляхи формування сфери соціального підприємництва:

- ініціатива некомерційних організацій в пошуку додаткових доходів після скорочення фінансування;
- ініціатива незалежних соціальних підприємців, мета яких - полегшити конкретну соціальну проблему;
- соціально відповідальна практика комерційного бізнесу, який бере участь в міжсекторальних партнерських відносинах.

Соціальне підприємництво, порівняно з іншими формами бізнесу, має свої особливості, які полягають у тому, що для СП досягнення соціального ефекту є основною метою, а не побічним продуктом діяльності.

Дуже часто в Україні ототожнюють поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) з соціальним підприємництвом, тому важливо приймати до уваги, що для КСВ соціальний ефект є добровільним побічним продуктом діяльності, тобто компанія може слідувати чи не слідувати принципам КСВ у своїй діяльності. Це означає, що соціальні цілі повинні бути вказані в установчих документах компанії або в інших документах, затверджених засновниками, і є обов'язковими до виконання.

Дослідження соціального підприємництва та його еволюції розпочалось у 1990-х роках. Проте прообрази організацій, які вирішували соціальні проблеми, існували значно раніше. Вчені відносять до таких прообразів::

- засновника ордена францисканців Святого Франциска Ассизького (початок XIII століття) [2];
- Роберта Оуена, ініціатора кооперативного руху (перша половина XIX століття) [3];
- Флоренс Найтінгейл, засновницю першого училища для медсестер у Великій Британії, яка створила новаторські стандарти роботи медсестер і сприяла їх широкому поширенню (1860-і роки)[4];
- Винобу Бхаве, засновника індійського руху «Земля в дар» (1950-і роки) [5], та багатьох інших.

У XIX і XX століттях деякі з найвідоміших соціальних реформаторів розповсюджували нововведення, цінність яких у соціально-культурній, освітній та охоронній сферах виявилась настільки високою, що вони впроваджувалися на загальнодержавному рівні за підтримки уряду або бізнесу.

Однією з перших організацій, що надає підтримку соціальним підприємцям став фонд «Ашока» заснований у 1980 році Б.Дрейтоном. З цього часу почалась популяризація даного напрямку.

Наступною важливою віхою для розвитку соціально орієнтованого бізнесу стало заснування у 1998 році «Фонду соціального підприємництва». Його засновником став швейцарський економіст, засновник та беззмінний президент Всесвітнього економічного форуму в Давосі Клаус Шваб та його дружина Хільда.

У 1999 році у США Д.Сколл створив «Фонд Сколла». Метою діяльності даного фонду є інвестиції у підприємства, які підтримують розвиток охорони здоров'я та освіти. [6]

Міжнародний день соціального бізнесу почав відзначатись 28 червня, у день народження Мухаммада Юнуса, соціального підприємця з Бангладешу, лауреата Нобелівської премії миру 2006 року за зусилля щодо створення економічного та соціального розвитку. Він є головою та засновником Grameen Bank, піонером мікрофінансування та мікрокредитування.[7]

Global Impact Investing Network (GIIN, «Глобальна мережа інвестицій впливу») була створена у 2009 році за ініціативи Фонду Рокфеллера, банку JPMorgan Chase та Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), для створення методологічної бази та стандартів, єдиного стратегічного підходу, координації роботи, масштабування діяльності, збільшення та поширення впливу, а також для зниження витрат гравців організації. [8]

Існують соціальні мережі, такі як Jumo, які пов'язані з соціальним підприємництвом, оскільки вони створюють платформи для об'єднання людей та ресурсів навколо соціально важливих ініціатив, сприяючи поширенню ідей та підтримці соціальних проектів.

У 1990-х роках американський економіст Грегорі Діз написав статтю «Сенс соціального підприємництва» [9], що започаткувало представлення соціального підприємства як галузі та професії для наукового академічного вивчення. Пізніше Грегорі Діз опублікував чималу добірку інших робіт, присвячених вивченню соціального підприємництва, а ще пізніше навіть очолив Центр розвитку соціального підприємництва при Університеті Дьюка.

Не дивлячись на популярність та розповсюдженість соціально орієнтованого бізнесу єдиної теоретичної бази та визначення все ще не існує.

У наукових роботах поняття «соціальне підприємництво» вперше використав в 1972 р., Б. Дрейтон. Він описує соціальне підприємництво як «інноваційний підхід, завдяки якому індивіди можуть вирішити серйозні соціальні проблеми, з якими стикається їх спільнота». [10]

У 1987 році Кінг П. та Н.Робертс у своїй праці описали соціальний бізнесу з точки зору інновацій та його взаємодію з державним сектором.[11]

Пізніше Уоддок, С.А., и Пост, Дж. Е. розширили це поняття ключовими характеристиками:

- Здатність мати справу зі складними проблемами;
- Достовірність;
- Відданість колективній меті. [12]

Кемпбел С. розглядав соціально орієнтований бізнес з точки зору розвитку сфери охорони здоров'я як діяльність, яка не приносить дохід. [13]

Лідбітер К. вважає, що соціальні підприємства мають надавати послуги, які не може забезпечити уряд країни. На його думку для досягнення максимального ефекту необхідно намагатися мінімізувати ресурси та формувати інклюзивну організацію, яка націлена на довгострокові відносини з клієнтами. [14]

В.Райан у своїх дослідженнях робив акцент, що соціальний бізнес це неприбуткові організації та розглядав вплив появи великих корпорацій на такі організації.[15]

У 2001 році Канадський центр соціального підприємництва (CCSE) опублікував загальний огляд соціального підприємництва, зокрема розглядаючи вплив глобалізації та зростання подвійної звітності. CCSE визначає «соціальне підприємництво» широко, щоб охопити різноманітні ініціативи, які поділяються на дві великі категорії. По-перше, у комерційному секторі соціальне підприємництво охоплює діяльність, що підкреслює важливість соціально залученого приватного сектору та переваги, які отримують ті, хто «робить добре, роблячи добро». По-друге, це відноситься до діяльності, яка заохочує більше

підприємницьких підходів у некомерційний сектор з метою підвищення ефективності організації та сприяння довгостроковій стабільності.[16]

Пізніше С.Морт та Дж. Вірварден розробили концепцію соціального підприємства як багатовимірну конструкцію. На їх думку підприємства, керуючись соціальною місією, мають досліджувати та розпізнавати можливості для створення кращої соціальної цінності для клієнтів, використовуючи при цьому інновації. [17]

Класичним вважається визначення соціального підприємництва, дане Грегорі Дізом у статті «Сенс соціального підприємництва» 1998 року. Його отримали після додавання соціального виміру до визначення традиційного підприємництва, запозиченого з праць Йозефа Шумпетера, Жана-Батіста Сея, Пітера Друкера та Говарда Стівенсона. За словами Діза, соціальні підприємці є агентами змін у соціальному секторі, дякуючи наступним факторам:

- запровадження місії, що спрямована на заснування та підтримку соціальної цінності (а не тільки цінності для особистості);
- виявлення та невпинне впровадження нових можливостей, пов'язаних із цією місією;
- участь у процесі безперервних інновацій, адаптації та навчання;
- сміливі рішення, не обмежені вже існуючими ресурсами;
- відповідальність за соціальні групи, на які направлена діяльність компанії, а також за результат своєї праці.

Таким чином, за Дізом, «соціальне підприємництво — це застосування практик традиційного підприємництва для досягнення соціальних цілей або виконання соціальної місії» [9].

Соціальні підприємці — це лідери, які приділяють більше уваги ринковим механізмам, незважаючи на це з огляду на свою основну місію і таким чином і таким чином встановлюють баланс між моральними устоями та гонитвою за прибутком — цей процес вважається основою, серцем всього соціального руху.

Також на даний момент існує декілька концепцій, які визначають сутність явища.

В основу загальноприйнятого теоретичного визначення соціального підприємництва покладено концепцію «змішаної» або «комбінованої цінності» Дж. Емерсона, згідно якої організація є елементом соціально-економічної дійсності, діяльність якого поєднує в собі економічні та соціальні фактори. У цей же час ці компоненти розглядаються як елементи єдиної системи, що доповнюють один одного.

На думку Дж. Емерсона: «Питання полягає не в тому, що обирати — створення економічного багатства або соціальне удосконалення, а у тому, щоб створювати цінності та використовувати ресурси для збільшення благ за безперервного виробництва обох їх видів (економічних і соціальних)» [18].

На даний момент вчені виділяють чотири основних підходи щодо визначення соціального підприємництва, які представлені на рисунку 1.2.

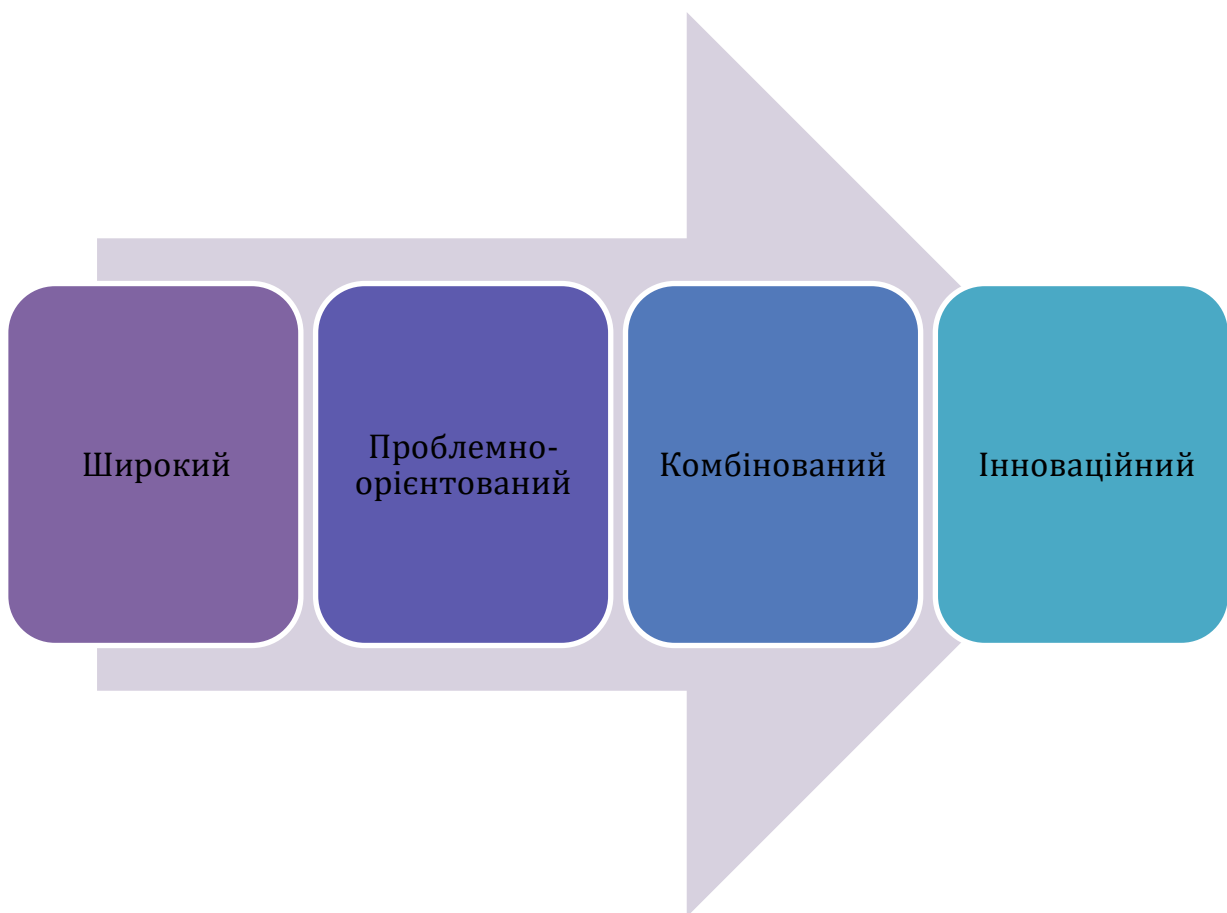


Рис. 1.2. – Підходи до визначення соціального підприємства

Джерело: узагальнено автором за [17-26]

1. Широкий підхід. Дана концепція досліджувалась такими вченими як Е. Шоу, С. Картер, [19] С. Морт, Дж. Вірварден. [17] За цього підходу соціальне підприємництво розглядається як діяльність, направлена на досягнення соціальної мети.

С. Морт та Дж. Вірварден у своїй праці також зазначали, що соціальна складова розглядається як одна з конкурентних переваг підприємства, що допомагає підприємству забезпечувати стійкість та впливати на навколишнє середовище. Згідно даного підходу під концепцію соціального підприємства підпадають:

- державні соціальні організації;
- бізнес-організації з соціальною складовою;
- недержавні неприбуткові організації. [20]

Таким чином, за цієї концепції до соціального підприємництва відноситься будь-яка соціальна діяльність. Цей підхід має свої мінуси, адже він не визначає особливостей саме соціального підприємництва та не розглядає підприємницьку складову.

2. Комбінований (комерційно-соціальний) підхід. Цей підхід досліджували у своїх працях Я. Макміллан, Дж. Томпсон. [21]

Цей підхід розглядає соціальне підприємництво як специфічну сферу бізнесу, яка обов'язково повинна включати бізнес-складову, оскільки без неї неможливе стабільне функціонування та зростання підприємства. Таким чином, соціальне підприємництво вимагає балансу між досягненням соціальних місій і забезпеченням фінансової стійкості.

3. Інноваційний підхід фокусується на впровадженні новаторських методів у підприємницьку діяльність для ефективного вирішення соціальних проблем. Дж. Мейр та Е. Нобоа зазначають, що соціальне підприємництво включає інноваційні підходи до вирішення питань у галузі освіти, навколишнього середовища, справедливої торгівлі, здоров'я та прав людини і широко розглядається як важливий елемент сталого розвитку країн. [22]

Дж. Остін, Х. Стівенсон, та Дж. Вей-Скіллерн у своїх дослідженнях визначають соціальне підприємництво як інноваційну діяльність із створення соціальної цінності, яка може здійснюватися всередині некомерційного, ділового чи державного секторів чи між ними. [23]

Таким чином, за даного підходу до категорії соціальне підприємництво не відносяться організації, які не використовують інновації у своїй діяльності.

4. Проблемно-орієнтований підхід. Послідовники цього підходу вважають соціальним підприємництвом діяльність, результати якої спрямовані на певну соціальну групу або вирішення соціальної проблеми.

Такий підхід має певні риси широкого підходу, але відрізняється певними обмеженнями як сфери діяльності підприємництва, так і наявністю вимог до потенційних споживачів його продукції або послуг.

К. Лідбітер зазначає, що соціальні підприємства продають товари та послуги для вирішення певної соціальної проблеми. Вони мають на меті показати, що підприємства та ринки можуть забезпечувати соціальні переваги та вирішувати складні соціальні проблеми. [26]

Таким чином, можна зробити висновок, що соціальне підприємництво це дуже широке поняття, яке включає у себе діяльність різноманітних компаній. Проте, всі ці компанії спрямовують свої зусилля на досягнення соціального ефекту.

Тобто, при наявності значної кількості літератури з питань соціального підприємництва, дослідження є фрагментарними та не призвели до формування єдиної теоретичної і наукової бази, а отже це питання потребує подальшого вивчення.

Наведені у працях вчених поняття соціального підприємства необхідно проаналізувати та систематизувати. Визначення поняття соціального підприємства різними вченими наведено у Таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття соціального підприємства

Автор	Визначення
1	2
Г. Діз	використання практик традиційного підприємництва для досягнення соціальної мети або реалізації соціальної місії
Б. Дрейтон	використання інноваційного підходу для вирішення серйозних соціальних питань - як особистих, так і суспільних
С. Кемпбел	з точки зору розвитку сфери охорони здоров'я як діяльність, яка не приносить дохід
С.А. Уоддок, Дж. Е. Пост	здатність мати справу зі складними проблемами; достовірність; відданість колективній меті
К. Лідбітер	соціальні підприємства надають послуги, які не може забезпечити уряд країни
Дж. Мейр, Е. Нобоа	підприємство, яке має інноваційні підходи до вирішення питань у галузі освіти, навколишнього середовища, справедливої торгівлі, здоров'я та прав людини і широко розглядається як важливий елемент сталого розвитку країн
С.Морт та Дж.Віраварден	підприємства, які керуються соціальною місією, досліджують та розпізнають можливості для створення кращої соціальної цінності для клієнтів, використовуючи при цьому інновації
Дж. Остін, Х. Стівенсон, та Дж. Вей- Скіллерн	інноваційна діяльність із створення соціальної цінності, яка може здійснюватися всередині некомерційного, ділового чи державного секторів чи між ними

Продовження таблиці 1.1

1	2
З. Галушка	діяльність, що використовує інноваційний підхід для досягнення сталого розвитку суспільства в сучасних економічних умовах
К. Редько	інноваційна підприємницька діяльність, що направлена на отримання прибутку, для подальшого фінансування вирішення соціальних питань та досягнення позитивних змін у суспільстві
І.Дзябка	успішна соціальна інноваційна активна діяльність, що направлена на вирішення соціальних проблем

Джерело: складено автором на основі [9-10, 12-15, 17-26, 40]

Таким чином, соціальне підприємство - це суб'єкт підприємницької діяльності, який використовує інноваційний підхід для досягнення соціальної мети діяльності.

Наступною складовою соціально орієнтованого бізнесу є соціально відповідальні інвестиції.

Соціальне інвестування (англ. social investment) або соціально-відповідальне інвестування (англ. Socially responsible investing, SRI) — це дві назви практик вкладення ресурсів для досягнення позитивного соціального ефекту.

На думку деяких науковців, ранні елементи соціального інвестування відображені у діяльності релігійних рухів. Наприклад, у 1758 році щорічні збори квакерів у Філадельфії винесли заборону учасникам братства брати участь у работоргівлі, тобто купувати чи продавати людей. У проповіді одного з основників методизму Джон Візлі (1703—1791) «Використання грошей» зазначено принципи соціального інвестування, при цьому акцент зроблено на принципі «не нашкодь своєю діяльністю сусідові».

Перший спеціалізований у сфері соціальних інвестицій фонд, Pioneer Fund, було засновано 1928 року у США. Його інвестиційна декларація, в дусі модних «соціально-відповідальних» тенденцій епохи сухого закону, включала положення, які щодо відсутності можливостей інвестицій у виробництво та розповсюдження алкоголю і тютюну. [27]

Наступною важливою віхою розвитку соціальних інвестицій стало 1978 році Джеремі Ріфкін і Ренді Барбер були співавторами книги «Північ знову відродиться: пенсії, політика і влада в 1980-х». Книга та подальша активна взаємодія авторів із рухом американських профспілкових організацій, фінансовою спільнотою та організаціями громадянського суспільства допомогли започаткувати еру соціально відповідального інвестування державних і профспілкових пенсійних фондів в Америці. У статті про соціально відповідальне інвестування в Огляді закону та соціальних змін Нью-Йоркського університету зазначалося, що «ідея соціально відповідального інвестування, яка довгий час хвилювала лише групи спеціальних інтересів, привернула широку увагу в 1978 році після публікації Джеремі Ріфкіна та Ренді Барбера. *The North Will Rise Again*». [28] Книга допомогла закласти перші основи для того, що пізніше перетвориться на принципи стандартів навколишнього середовища, суспільства та управління (ESG) в інвестиціях.

У 1990 році був створений Domini Social Index (індекс капіталізації компаній, які дотримуються принципів соціальної відповідальності).

У середині і наприкінці 90-х років XX століття соціально-відповідальне інвестування (SRI) стало охоплювати ширший спектр питань, включаючи торгівлю тютюном, взаємне розкриття внутрішньої інформації фондів через довірених осіб та інші аспекти. З 1990-х років SRI все частіше розглядають як засіб сприяння екологічно сталому розвитку. Так у своїй праці «Соціально відповідальне інвестиційне право» Бенджамін Річардсон пропонує реформи управління для заохочення соціально відповідальних інвестицій. До них належать: перегляд обов'язків інституційних інвесторів, щоб включити до них

питання довкілля (зокрема, принцип обережності); підвищення стратегічної ролі національних пенсійних фондів у стійкому розвитку. [29]

Наслідки глобальних змін клімату також сталим вважатись значним ризиком для бізнесу та капіталовкладень. У 1989 році Джоан Баварія разом з Деннісом Хейсом, координатором першого Дня Землі, створили CERES — мережу, що об'єднує інвесторів, екологічні організації та інші громадські угруповання, які прагнуть співпрацювати з корпораціями для розв'язання екологічних викликів

У тому ж році експерти у галузі соціально відповідального інвестування (SRI) вперше зустрілись на конференції у Скелястих горах (США) щоб обмінятися ідеями та розробити нові ініціативи. Відтоді цей захід відбувається щороку в установах, сертифікованих за стандартами «зеленого будівництва». З 2006 року у заході приймають участь більше 550 учасників. Організатором конференції виступає First Affirmative Financial Network, інвестиційна консультативна фірма, яка працює з консультантами по всій країні та підтримує портфелі, що орієнтовані на сталий розвиток та відповідальне інвестування.

У 2001 році у Великій Британії була створена перша організація, що займається прямими соціальними інвестиціями, The Foundation for Social Entrepreneurs (FSE), також відому як UnLtd. Це стало можливим завдяки фінансуванню від «Комісії тисячоліття», отриманому з коштів Британської національної лотереї.[31].

У 2007 році вперше був використаний термін імпакт-інвестиції. Термін було запроваджено американським благодійним фондом Фонд Рокфеллера. [32]

У квітні 2012 року у Великій Британії було створено Big Society Capital — це перший у світі оптовий фінансовий інститут незалежного типу, який інвестує у банки, фонди та фінансові організації, що підтримують соціальні підприємства [33].

Еволюція концепції соціально відповідального інвестування може бути умовно поділена на чотири основні періоди:

1. Зародження концепції (1500 – 1960-ті рр.). Цей період характеризується інвестуванням, яке базується на етичних засадах, коли інвестори вибирали активи, враховуючи особисті моральні та релігійні переконання.

2. Утвердження концепції корпоративної соціальної відповідальності (середина 1960-х – кінець 1990-х рр.) – SRI-1. Цей етап відзначається появою соціально відповідальних інвестицій як практичного застосування концепції корпоративної соціальної відповідальності, де інвестиції стають більш цілеспрямованими на соціальну відповідальність.

3. Розвиток концепції на засадах сталого розвитку (кінець 1990-х рр.– 2008 р.) – SRI-2. Цей період характеризується інтеграцією принципів сталого розвитку в інвестиційні стратегії, з акцентом на врахування екологічних, соціальних і корпоративних управлінських (ЕСКУ) аспектів.

4. Сучасний етап (2008 р.– дотепер). На цьому етапі відбувається подальше розвиток концепції, яка тепер базується на власних засадах. З'являються нові підходи до класифікації інвестиційних стратегій, відомі як SRI-2.1 та SRI-2.2, що свідчить про розгалуження поглядів на сутність інвестицій та їхню класифікацію. [34]

У контексті української мови терміни "соціальне інвестування" та "(соціально) відповідальне інвестування" часто використовуються для позначення подібних концепцій, хоча їхнє застосування може мати певні нюанси залежно від контексту.

Термін «соціальне інвестування» зазвичай застосовується в академічному середовищі та в наукових роботах для опису інвестицій, що сприяють соціальному благу та розвитку суспільства. Цей термін може включати інвестиції в соціальні підприємства, соціальні проекти та інші ініціативи, що мають явний соціальний вплив.

Термін «(соціально) відповідальне інвестування» (SRI) частіше використовується в корпоративному середовищі і вказує на інвестування, яке враховує соціальні, екологічні та корпоративні аспекти управління компаніями,

з метою досягнення позитивного соціального впливу поряд з фінансовим прибутком.

Питаннями соціально відповідальних інвестицій займалось багато зарубіжних та українських вчених.

Наприклад Дж.Хенкок досліджував етичний вимір інвестицій та інвестиційної цінності, які лежать в основі соціально відповідальних інвестицій.[35]

Х.Харрісон досліджував основні критерії, що допоможуть вибрати фонди та підприємства, що найкраще відповідають принципам соціального інвестування.[36]

Р.Барбер та Дж. Дреблоу у своїй праці приділили увагу розкриттю сутності поняття імпаکت-інвестуванню, як одному з напрямів соціальних інвестицій. На їх думку імпакт інвестиції - це інвестиції, які зосереджені на змінах реального світу з точки зору вирішення соціальних проблем та/або пом'якшення екологічної деградації.[37]

Соціальні інвестиції - будь-який вид фінансових вкладень у соціальну сферу, включаючи кошти за програмами корпоративної соціальної відповідальності, грант, державні субсидії, вкладення бюджетних коштів у довгострокове рішення соціальних проблем.

Відповідальні інвестиції - виключення з інвестиційного портфелю компаній, зайятих неетичним бізнесом (виробництво алкоголю, тютюнових продуктів та ін.).

Соціально відповідальне інвестування (socially responsible investing, SRI) полягає у виборі інвестиційних можливостей, які враховують не лише потенційний фінансовий дохід, а й етичні, екологічні та соціальні впливи. Цей підхід до інвестування не ставить за мету лише максимізацію прибутку, а намагається збільшити соціальну користь від інвестицій. [38]

Різні визначення поняття соціальні інвестиції наведено у Таблиці 1.2.

Визначення поняття соціальних інвестицій

Автор	Визначення
1	2
Дж.Хенкок	поєднання винесення суджень про компанії на основі цінностей та пошук гарного прибутку від інвестицій
Р.Барбер та Дж. Дреблоу	це інвестиції, які зосереджені на змінах реального світу з точки зору вирішення соціальних проблем та/або пом'якшення екологічної деградації
Ю.Лазар	це методика вирішення інвестиційних питань, яка включає аналіз не лише потенційного фінансового прибутку, але й екологічних, етичних, та соціальних впливів здійснених інвестицій.
І. Васильчук	у відповідальному інвестуванні особлива увага приділяється запобіганню ризиків, що можуть виникнути у зв'язку з соціальною, екологічною діяльністю та корпоративним управлінням.

Джерело: складено автором на основі [34-38]

Таким чином, соціальні інвестиції це інвестиції які мають на меті як отримання прибутку, так і вирішення або пом'якшення існуючих соціальних чи екологічних проблем.

Об'єктами соціальних інвестицій можуть бути не лише бізнес-підприємства. Зазвичай розрізняють такі напрямки соціальних інвестицій:

1. Державні інвестиції в соціальну сферу.
2. Інституційні соціальні інвестиції, які поділяються на:
 - а. Соціально відповідальне інвестування, здійснюване соціально відповідальними фондами та іншими організаціями.

б. Фонди і організації, що здійснюють соціальне інвестування як основний вид діяльності, наприклад, інвестують у соціальні підприємства за пільговими умовами.

Зазвичай розрізняють такі напрямки соціально відповідального інвестування:

1. Соціальний напрямок: дотримання прав людини, заборона експлуатації дитячої праці, корпоративне управління, безпека населення тощо.

2. Етичний напрямок: відмова від співпраці з компаніями, що виробляють, продають або розповсюджують тютюн, алкоголь, зброю, порнографічний контент, займаються азартними іграми тощо.

3. Екологічний напрямок: збереження відновлюваних джерел енергії, охорона і збереження навколишнього середовища, боротьба зі зміною клімату тощо.

Часто виділяють такі стратегії соціально відповідального інвестування.

1. Screening – відбір. Задля відбору компаній до інвестиційного портфелю здійснюється аналіз фінансової та нефінансової діяльності компанії. Так, компанія оцінюється на предмет дотримання трудових відносин, прав людини, недискримінаційної політики зайнятості, екологічних стандартів, з міжнародних стандартів праці. Також до уваги не беруться компанії, що працюють у неетичних сферах: виробництво тютюнової, алкогольної продукції, продаж та виробництво зброї, гральний бізнес. Також мають значення захист тварин, участь у місцевих інвестиційних програмах, благодійність.

«Негативний відбір» (або «відсіювання») - це практика інвестування, при якій інвестори виключають зі свого портфелю компанії, чия діяльність не відповідає їхнім цінностям або етичним принципам. Це може охоплювати компанії, що займаються виробництвом тютюну, алкоголю, зброї, порнографії або здійснюють негативний вплив на довкілля, права людини тощо.

«Позитивний відбір» - це стратегія інвестування, при якій інвестори активно шукають та включають до свого портфелю компанії, які позитивно

впливають на розвиток суспільства, захист навколишнього середовища або відповідають вищим соціальним, екологічним або етичним стандартам.

Ці дві стратегії можуть використовуватися окремо або в поєднанні з метою створення інвестиційного портфелю, який відповідає як фінансовим, так і соціальним цілям інвестора.

Відбір здійснюється на основі спеціальних рейтингів – Domini Social Index, Calvert Social Index [40-41].

2. Наступна стратегія Shareholder advocacy (shareholder activism) – активні дії акціонерів. За цієї стратегії власники або акціонери компанії піднімають питання щодо соціальних інвестицій та ділової етики компанії задля запровадження такого напрямку діяльності у компанії.

3. Community investing – це цілеспрямоване інвестування в локальні громади, для вирішення конкретних проблем та втілення певних проектів для розвитку громад. [42]

Відповідно до стратегій соціальні інвестиції можна поділити на 7 груп:

1. Інвестиції «сталого розвитку» (Sustainability themed Investment) – використання капіталу з метою позитивного внеску у сталий розвиток, засноване на принципах Цілей сталого розвитку (ЦСР), які виступають основою для вимірювання. Згідно з цим визначенням, Цілі сталого розвитку спрямовані на ефективне подолання бідності, збереження планети та забезпечення миру та процвітання для всіх людей у світі.

2. Інвестиції в найефективніші компанії (Best-in-Class investment selection) – інвестування у найбільш привабливі компанії з точки зору екологічних, етичних та соціальних показників.

3. Інвестиції, що базуються на методі скринінгу (Norms-based screening) – це перевірка потенційних інвестицій на відповідність мінімальним стандартам ділової практики на основі міжнародних норм.[44]

4. Інвестиції, які базуються на методі "негативного" скринінгу (Exclusion of holdings from investment universe) - це стратегія, яка передбачає виключення певних секторів, компаній або видів діяльності з фонду або портфелю на основі

конкретних критеріїв ESG (наприклад, компанії, які виробляють тютюн, алкоголь, зброю тощо).

5. Інвестиції, що використовують критерії сталого розвитку та критерії фінансового результату (Integration of ESG factors in financial analysis) – це врахування ризиків та можливостей, пов'язаних з екологічним, соціальним та управлінським впливом (ESG), при традиційному фінансовому аналізі та прийнятті інвестиційних рішень. [45]

6. Інвестиції, що базуються на методі активних дій (Engagement and voting on sustainability matters) – це прямий вплив інвесторів та акціонерів на діяльність підприємств шляхом вносу пропозицій соціального інвестування на загальні збори та здійснення голосування з питань сталого розвитку.

7. Інвестиції «впливу» (Impact investment) – досягнення позитивного вимірювання соціального та екологічного ефекту разом з досягненням фінансового результату. Частіше за все оформлені у вигляді конкретного проекту.

Завдяки використанню стратегій можливо забезпечити максимальну ефективність соціально відповідальних інвестицій, тобто максимізувати прибуток та вирішити соціальне чи екологічне питання.

Наступною складовою соціально орієнтованого бізнесу є корпоративна соціальна відповідальність.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стала невід'ємною складовою сучасного бізнесу, відображаючи зобов'язання компаній перед суспільством і довкіллям.

Вона включає в себе етичні практики, соціальні ініціативи та екологічну стійкість, сприяючи гармонізації інтересів бізнесу та суспільства. В умовах глобалізації та зростаючої поінформованості споживачів, компанії, що активно впроваджують КСВ, не лише підвищують свою репутацію, але й забезпечують довготривалий успіх на ринку. Це підтверджує важливість відповідального підходу до ведення бізнесу, що сприяє створенню цінності для всіх зацікавлених сторін.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це відповідальне ставлення компанії до всіх аспектів її діяльності, включаючи продукцію або послуги, взаємовідносини зі споживачами, працівниками та партнерами. Це передбачає активну соціальну позицію компанії, що виявляється у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, а також участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

На початку 20-го століття завдяки зростаючим рухам боротьби за права людини, у суспільстві стали формуватися ідеї соціальної відповідальності компаній. Поступово поняття КСВ змінювалось від принципу «не нашкодь» до повноцінного напрямку діяльності підприємства.

Так, у 50-х роках корпоративна відповідальність все більше впливає на досягнення фінансових цілей. А з початком екологічних рухів у 1960 список вимог до компаній доповнюється екологічними стандартами та дотриманням громадянських прав співробітників.

Термін корпоративна соціальна відповідальність почали використовувати у 1970-х роках.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності сформувалася у ХХ столітті під час Всесвітнього економічного форуму в Давосі, після заклику Генерального секретаря ООН Кофі Аннан щодо приєднання найбільших компаній світу до міжнародної ініціативи – Глобального договору. Ця ініціатива передбачала спільну роботу установ ООН, профспілок та неурядових організацій у напрямку реалізації загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля.

Метою Глобального договору є розвиток принципів соціальної відповідальності бізнесу та вирішення найгостріших проблем глобалізації через спільні дії з іншими соціальними партнерами. Це відкривало можливість приватному бізнесу сприяти реалізації ідеї формування стійкої та відкритої глобальної економіки.

За визначенням Міжнародного керівництва соціальної відповідальності, прийнятого у 2010 році, «ISO 26000 – це відповідальність підприємства за вплив

його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки» [46]. Цей документ являється загальноприйнятим керівництвом для запровадження КСВ у компанії.

Багато вчених також досліджували питання КСВ. Більшість з них вважають, що дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності це добровільна ініціатива компанії.

Наприклад, на думку Н. Супрун корпоративна соціальна відповідальність являє собою «комплекс цінностей, заходів і процесів, що відображають добровільне зобов'язання компанії щодо реалізації соціальних ініціатив (як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі), результати яких сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності організації у довгостроковій перспективі, зміцненню її ділової репутації, вирішенню завдань сталого розвитку організації та суспільства в цілому» [47].

Також деякі науковці дотримуються думки, що це раціональний відгук організації на суперечливі очікування зацікавлених сторін (стейкхолдерів), спрямований на збалансований розвиток компанії. Це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення скеровано.[48]

Одним з класичних визначень вважається визначення Ф. Котлера – «КСВ це зобов'язання бізнесу сприяти економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя» [49].

Також в Зеленій книзі Європейської Комісії вказано, що «соціальна відповідальність бізнесу (СВБ), по суті, є концепцією, згідно з якою компанії добровільно вирішують робити свій внесок у те, щоб суспільство стало кращим, а навколишнє середовище чистішим» [50].

Вчений А. Керролл запропонував трактувати КСВ як «відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що їх покладає суспільство на організації в даний період часу» [51].

Таким чином, можна систематизувати усі ці визначення та представити їх у Таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності

Автор	Визначення
1	2
А. Керролл	відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що їх покладає суспільство на організації в даний період часу.
Ф. Котлер	зобов'язання бізнесу сприяти економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя
Н. Супрун	комплекс цінностей, заходів і процесів, що відображають добровільне зобов'язання компанії щодо реалізації соціальних ініціатив (як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі), результати яких сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності організації у довгостроковій перспективі, зміцненню її ділової репутації, вирішенню завдань сталого розвитку організації та суспільства в цілому

Джерело: складено автором на основі [47-51]

Розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності тісно пов'язаний з низкою міжнародних документів. Для дотримання компанією принципів КСВ необхідно дотримуватись наступних стандартів:

1. Глобальний договір ООН (вимагає щороку готувати звіт щодо виконання принципів) – Це особлива ініціатива Генерального секретаря ООН і найбільша у світі асоціація відповідального бізнесу, що закликає компанії вибудовувати свою діяльність та стратегію з урахуванням Цілей сталого

розвитку та на основі Десяти універсальних принципів у галузі прав людини, охорони праці, збереження довкілля та боротьби з корупцією.[52]

2. Глобальна ініціатива зі звітності – так звана «нефінансова звітність», яка включає економічні, екологічні та соціальні показники.[53]

3. Стандарт соціальної відповідальності ISO 26 000 – настанова для організацій щодо підвищення рівня соціальної відповідальності. [46]

4. Керівні принципи Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) – це рекомендації, щодо відповідального ведення бізнесу міжнародними підприємствами. Вони представляють добровільні стандарти та принципи, які охоплюють низку тем, включаючи: права людини, зайнятість, навколишнє середовище, розкриття інформації, протидію корупції та оподаткування. [54]

5. Цілі сталого розвитку ООН – 17 взаємопов’язаних цілей, спрямованих на подолання бідності, захист планети та забезпечення того, щоб до 2030 року усі люди жили в мирі і достатку. [55]

6. Міжнародні стандарти ISO 9000 – серія стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), які застосовуються при створенні та удосконаленні систем менеджменту якості організацій. [56]

Таким чином розглянуто три складові соціально орієнтованого бізнесу.

Соціально орієнтований бізнес - це концепція, яка передбачає ведення підприємницької діяльності з акцентом на позитивний вплив на суспільство та довкілля. В основі цього підходу лежить інтеграція етичних принципів, соціальних ініціатив і екологічної відповідальності в стратегічні та операційні процеси компанії. Такий бізнес не лише прагне до отримання прибутку, але й усвідомлює свою роль у вирішенні соціальних проблем, підтримці сталого розвитку та сприянні благополуччю громад.

Соціально орієнтовані підприємства активно інвестують у розвиток людського капіталу, дбають про справедливі умови праці, підтримують місцеві громади та впроваджують екологічно чисті технології.

Згідно наданих вище визначень та аналізу літератури, підсумуємо, що соціально орієнтований бізнес допоможе у вирішенні наступних питань:

1. Подолання бідності, зниження соціального розшарування, забезпечення рівних прав і можливостей осіб та/або груп осіб, підвищення стійкості соціально-вразливих верств населення; Шляхом створення робочих місць можна подолати проблему безробіття, а працевлаштування осіб з особливими потребами забезпечить рівні права та можливості громадян.

2. Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства; Для досягнення цієї мети необхідно розвивати ефективний та конкурентоспроможний аграрний сектор та ефективно використовувати природно-ресурсний потенціал. Впровадження системи адресної допомоги на продовольство для найбільш уразливих категорій населення також сприятиме вирішенню цих проблем.

3. Забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці; Створення законодавчої бази для функціонування нової системи фінансування охорони здоров'я та поширення знань та практик щодо здорового способу життя можна покращити стан здоров'я населення.

4. Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх; Покращення умов для ведення бізнесу та створення сприятливого інвестиційного клімату сприятиме економічному зростанню.

5. Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям; Розвиток сучасної надійної та доступної інфраструктури сприятиме покращенню якості життя населення та покращенню екологічного стану.

6. Забезпечення відкритості, безпеки, стійкості та екологічного забезпечення міст, інших населених пунктів; Мінімізація негативного впливу підприємств на навколишнє середовище сприятиме забезпеченню стійкості та екологічного забезпечення міст та інших населених пунктів.

7. Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва; Зменшення обсягу утворення відходів та використання інноваційних технологій сприятиме мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище. [1]

Для досягнення вищезазначених цілей соціальним підприємствам необхідно побудувати певну стратегію діяльності, розробити план заходів та забезпечити наявність усіх організаційно-економічних складових.

Розглянемо ці фактори детальніше у наступному розділі.

2.2 Аспекти складових забезпечення соціально орієнтованого бізнесу

У першому розділі було розглянуто, що соціально орієнтований бізнес це складне поняття, яке включає у себе діяльність різних за організаційно-правовою формою, розміром, метою діяльності підприємств. Також кожна компанія має свою стратегію.

У своїх працях науковець А.Керолл запропонував використання піраміди корпоративної соціальної відповідальності для ранжування стратегічних пріоритетів діяльності компанії.

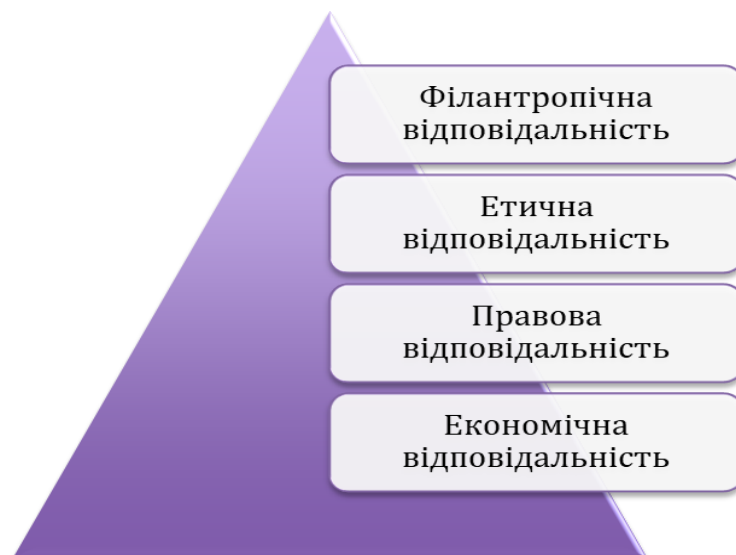


Рис. 1.3. - Піраміда корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: сформовано на основі [57]

Розглянемо кожний з пунктів детальніше.

– Економічна відповідальність. Компанія, яка не отримує прибуток не може бути соціально відповідальною. Адже підприємство має в першу чергу виконувати свої зобов'язання перед стейкхолдерами, забезпечувати належні умови праці своїм співробітникам, створювати нові робочі місця, сплачувати податки.

– Правова відповідальність. Організація має дотримуватись норм міжнародного та діючого законодавства стосовно отримання і розподілення прибутку. А також діяти згідно податкового, трудового, цивільного законодавства. Дотримуватись екологічних та соціальних стандартів.

– Етична відповідальність. Така відповідальність не є встановленою законодавчо, але більшість компаній самостійно розробляють певний кодекс поведінки для забезпечення етичного ставлення передусім до суспільства на засадах принципів рівності та гідності, дотримання норм моралі. Також у деяких компаніях існує контроль за дотриманням даних принципів співробітниками.

– Філантропічна відповідальність. Це добровільна діяльність компанії яка полягає у проведенні заходів направлених на покращення якості життя суспільства. Це може бути благодійна діяльність, участь у соціальних проектах, екологічні ініціативи, спонсорська допомога.

Таким чином, з огляду на вищевикладене, робимо висновок, що згідно підходу А.Керолла для досягнення соціальної мети компанії перш за все повинні забезпечуватись економічні та правові чинники. Для цього необхідно проаналізувати організаційно-економічні та правові складові діяльності підприємства, зовнішні чинники та обрати стратегію діяльності.

До економічної складової відноситься забезпечення підприємства необхідними ресурсами (матеріальні, трудові, виробничі, фінансові, природні, інноваційні, інтелектуальні та інші) що забезпечують виробництво продукції або надання послуг.

За допомогою організаційної складової забезпечується ефективне функціонування окремих елементів організаційної системи (підсистем, рівнів,

ланок, зв'язків тощо), а також формування ефективної системи управління суб'єктом господарювання відповідно до обраних стратегій таким чином, щоб ці організаційні механізми були ефективними інструментами стратегічного розвитку.

На даному етапі розвитку соціального бізнесу склалася певна інфраструктура його забезпечення. До її зовнішніх елементів можна віднести: законодавче регулювання діяльності соціальних підприємців; заходи державної підтримки соціально орієнтованих комерційних проектів; соціальні біржі і об'єднання соціальних інвесторів; освітні програми для майбутніх соціальних підприємців. [5]

До внутрішніх елементів відносяться: нормативно-правове, організаційне, кадрове, матеріально-технічне, інформаційне, фінансове забезпечення діяльності.



Рис. 1.4. - Складники економіко-організаційного забезпечення

Джерело: сформовано автором

Розглянемо наведені елементи детальніше.

1. Законодавче регулювання. На сьогодні немає чіткого визначення поняття «соціальне підприємство» та «соціально орієнтований бізнес» в

урядових документах. Таким чином розбудова нормативно-правового поля допоможе забезпечити розвиток соціального підприємництва.

2. Заходи державної підтримки соціально орієнтованих проєктів. Існує необхідність створення державних та регіональних програм, що забезпечують участь соціальних підприємств у вирішенні економічних, екологічних, соціальних питань та доступ до ринків.

3. Соціальні біржі і об'єднання соціальних інвесторів. Інвестування, яке враховує екологічні, етичні та соціальні наслідки разом із фінансовими результатами, це соціально відповідальне інвестування. Тобто, окрім досягнення прибутку, воно спрямоване на забезпечення максимальної соціальної вигоди від капіталовкладень.

4. Освітні програми для майбутніх соціальних підприємців. Можливості вивчення соціальних інновацій у акредитованих ВНЗ в Україні майже немає. Здебільшого вся просвітницька діяльність проводиться декількома громадськими організаціями, також існують онлайн-курси. Створення та промоція повноцінних освітніх програм забезпечує якісну та комплексну підготовку фахівців у даній сфері.

5. Нормативно-правове поле діяльності. Соціальне підприємство може самостійно обрати організаційно правову форму реєстрації - громадське об'єднання, благодійна організація, фізична особа підприємець, ТОВ, ПОГ, кооператив та інші, здійснювати свою діяльність відповідно чинного законодавства України.

6. Кадрове забезпечення. Для організації діяльності соціально орієнтованого бізнесу було б за краще залучати фахівців для побудови релевантної моделі і розробки стратегії діяльності компанії.

7. Матеріально-технічне забезпечення — це процес забезпечення підприємств необхідними ресурсами, такими як сировина, матеріали, комплектуючі, напівфабрикати та готові вироби, які використовуються для виробничого та невиробничого споживання. Ефективна система матеріально-технічного забезпечення гарантує неперервне забезпечення підприємства всіма

видами матеріальних ресурсів, що є ключовим елементом організації виробництва.

8. Інформаційне забезпечення полягає у наданні необхідної та достатньої інформації для прийняття управлінських рішень, які забезпечують ефективну діяльність підприємства та його підрозділів. Для розвитку соціального підприємства корисним буде створити спеціалізовані ресурси, такі як сервіси, інфраструктура, фінансування, консультації, кейси, онлайн курси та інше.

9. Фінансове забезпечення діяльності. Забезпечення стабільного фінансування діяльності соціальних підприємств є одним із ключових напрямів. Так як у більшості соціальні підприємства націлені саме на вирішення соціальних питань, а не на отримання прибутку доцільним було б запровадити державні програми фінансування. Наприклад, створити компенсаторні фінансові механізми для проектів соціальних підприємств, надання пільгових кредитів, створення фондів для фінансування соціальних підприємств, надання грантів, залучення соціальних інвестицій, розроблення банківських продуктів для кредитування соціальних підприємств, популяризація краудфандингових платформ. [58]

Також для поєднання всіх вищенаведених складових у єдину систему потрібно обрати стратегію підприємства.

Стратегія підприємства – це систематичний план його можливої діяльності в умовах обмеженої інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва. Цей план включає формулювання місії, встановлення довгострокових цілей, а також розробку стратегій і правил для прийняття рішень з метою максимально ефективного використання стратегічних ресурсів, збільшення переваг і можливостей, виправлення недоліків та захисту від зовнішніх загроз, спрямованих на забезпечення майбутньої прибутковості.[59]

На підприємстві можуть бути розроблені та реалізовані чотири основні типи стратегій:

– Стратегії концентрованого зростання. Вона включає стратегію посилення позицій на ринку, стратегію розвитку ринку, стратегію розвитку продукту.

– Стратегії інтегрованого зростання. До цієї стратегії входять: стратегія зворотної вертикальної інтеграції, стратегія вперед йде вертикальної інтеграції.

– Стратегії диверсифікованого зростання. Включає у себе стратегію центрованої диверсифікації та стратегію горизонтальної диверсифікації.

– Стратегії скорочення. Сюди відносяться стратегія ліквідації, стратегія «збору врожаю», стратегія скорочення та стратегія скорочення витрат.
[60]

Також існує загальноприйнятий підхід розроблений Бостонською консалтинговою групою. Згідно цього методу підприємства класифікуються за критерієм прибутковості. Такий поділ дозволяє обрати адекватну стратегію для досягнення мети діяльності компанії.

Головним інструментом цього методу являється матриця.

Типи стратегічних господарських підрозділів згідно матриці БКГ:

1. «Зірки» - Притаманне швидке збільшення обсягу продажів і велика частка ринку. Частку ринку необхідно зберігати і збільшувати. «Зірки» приносять дуже великий прибуток. Зірки потребують значних інвестицій, тож що грошовий потік все ще достатньо низький, не дивлячись на швидке зростання.

2. «Дійні корови». Висока частка на ринку, але низький темп зростання обсягу продажів, забезпечують значну частку прибутку. В цьому випадку додаткові вкладення непотрібні, проте необхідно забезпечити постійний контроль. «Дійних корів» необхідно берегти і максимально контролювати.

3. «Собаки» - темп зростання низький, частина ринку низька, продукт як правило низького рівня рентабельності і вимагає великої уваги з боку керуючого. Від «Собак» треба позбавлятися.

4. «Важкі діти». Низька частка ринку, але високі темпи зростання. Потребують додаткового аналізу та вивчення. Можуть стати як "Зірками", так і "Собаками".



Рис 1.5. - Матриця БКГ

Джерело: сформовано автором на основі [61]

Таким чином, можна зробити висновок, що тільки завдяки поетапному досягненню стратегічних пріоритетів запропонованих А.Кероллом, компанія може стати соціально відповідальною.

Також варто зазначити, що усі складові забезпечення соціально орієнтовного бізнесу потребують подальшого удосконалення та розвитку задля досягнення максимального економічного і соціального ефекту.

1.3 Вивчення міжнародного досвіду щодо діяльності соціально орієнтованого бізнесу

У багатьох країнах вже давно та успішно функціонує соціально орієнтований бізнес. Уряд залучає підприємства до соціальних ініціатив, бізнес намагається вирішити екологічні проблеми, великі корпорації дотримуються принципів КСВ.

Розглянемо засади діяльності соціально орієнтованого бізнесу у різних країнах.

У США під поняттям соціального підприємництва розуміють підприємницьку діяльність громадських організацій, доходи від якої вони спрямовують на свою статутну діяльність.

У Сполучених Штатах державна підтримка соціального підприємництва виявляється на менш масштабному порівняно з країнами Європи. Ініціатива президента Обами призвела до створення спеціального департаменту та фонду соціальних інновацій при Білому домі, які отримали бюджет у 50 мільйонів доларів.

Наразі у США у сфері соціально орієнтованого бізнесу діє більше 600 організацій, з них некомерційних 19%, комерційних 81%.

Також достань розвинуті освітні програми, наприклад у Гарварді та Пенсильванському університеті існують магістрерські програми щодо діяльності у сфері соціальних інновацій. У Гарварді пропонують такі курси, як Leading Social Enterprise и Field Course: Social Innovation Lab. [62]

Щодо типів підприємств, то розповсюджені наступні організаційно-правові форми:

- благодійне товариство (в т.ч РВС);
- корпорація соціального призначення (SPC);
- товариство з обмеженою відповідальністю з низьким прибутком (L3C);
- товариство з обмеженою вигодою та відповідальністю (BLLC);
- товариство з обмеженою відповідальністю.

Станом на 2021 рік благодійне товариство продовжує залишатися найбільш популярною формою соціального підприємства, оскільки понад 80% штатів мають пільгове законодавство. Враховуючи високу поширеність благодійних товариств по всій території США, то більшість компаній вважає за потрібне змінювати організаційно-правову форму.

Якщо роздивлятися розподілення та поширення за штатами, то отримаємо наступну схему:

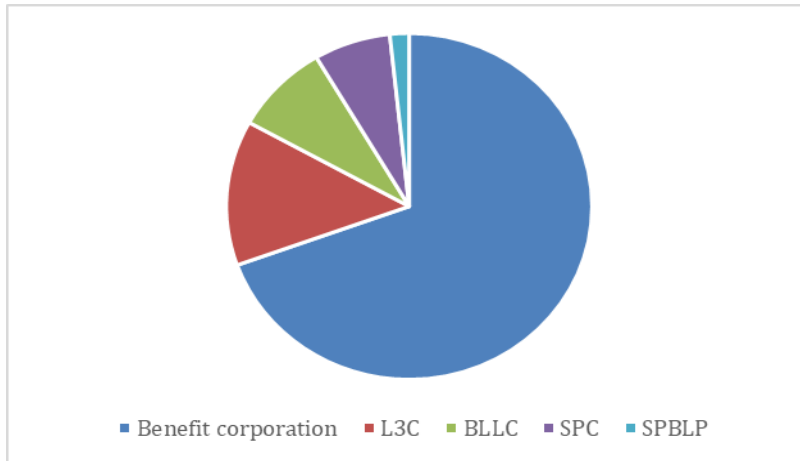


Рис. 1.6. - Діаграма розповсюдження організаційно-правових форм
Джерело: сформовано на основі [63]

Щодо ситуації у Канаді, то згідно з оцінкою Thomson Reuters Foundation Канада була визнана найкращою країною для створення та функціонування соціальних підприємців серед 45 найбільших економік світу.

В Канаді під соціальним підприємством розуміють компанії, які продають товари та послуги, вбудовують у бізнес соціальні, культурні чи екологічні цілі та реінвестують більшу частину прибутку у свою соціальну місію.

Соціальні підприємства не мають окремих податкових привілеїв. Натомість є можливості для отримання вигідного кредиту. Наприклад, банк BDS (Bank Development Canada, Банк ділового розвитку Канади) та кредитний союз Vancity надають вигідні кредити для соціальних підприємців.

Також для своєї діяльності компанії отримують спеціальний сертифікат, який посвідчує, що компанія є соціально відповідальною. Програма сертифікації Buy Social Canada (третя сторона) сертифікує та визнає соціальне підприємство як таке, що надає пріоритет суспільним інтересам. [64]

СП функціонують в таких організаційно-правових формах: кооперативи, орієнтовані на ринок некомерційні організації, організація розвитку громад та бізнес із соціальною ціллю. [65]

У промислово розвинених країнах, таких як Німеччина, соціальні підприємства часто є активними в галузі освіти, міграції, охорони навколишнього середовища або справедливої торгівлі. Ці компанії вирішують поточні та актуальні глобальні проблеми, такі як зміна клімату, соціальний поділ, цифрова трансформація німецького суспільства, що старіє. За даними Єврокомісії, кожен четвертий стартап у Європі є соціальним підприємством.

На даний момент в Німеччині діє близько 900 соціальних підприємств.

З погляду організаційно-правової форми поєднання соціального аспекту з підприємницьким чинником виявляється складним. Таким чином, близько 58% соціальних підприємств відносять себе до більш комерційно орієнтованої організаційно-правової форми, а 46% працюють із більш соціально орієнтованої організаційно-правової форми. [66]

У Норвегії близько 300 компаній відносять себе до соціальних підприємств. Лише 8% з них складають некомерційні організації.

Аналітичний центр Agenda ділить соціальних підприємців у Норвегії на три категорії: мисливські собаки, претенденти та розсипи. Мисливські собаки — це соціальні підприємці, які знаходять прогалини у послугах держави загального добробуту та вигадують нові рішення. Претенденти - це соціальні підприємці, які вважають, що існуючі заходи не мають достатньо великого впливу, і прагнуть конкурувати з тим, що надається нині. Розсипи - це соціальні підприємці, які залучають людей до роботи або назад через власну компанію чи організацію.

У Франції існує державна програма підтримки соціальних підприємців - *enterprises d'insertion* і *associations intermédiaires*.

Під назвою «структури для інтеграції через економічну діяльність» об'єднані кілька типів структур, мета яких полягає в тому, щоб безробітні, які стикаються з особливими соціальними та професійними труднощами, могли отримати вигоду від трудових контрактів, а також конкретну підтримку.

1. Інтеграційні семінари та проекти (АСІ)

Інтеграційні майстерні та сайти пропонують субсидовані робочі місця в робочих групах і забезпечують супроводження, підтримку, технічний нагляд і

навчання для працівників на посаді. Вони являють собою цінну пропозицію, адаптовану для населення, що перебуває у великих труднощах, і підтримується відділами працевлаштування .

2. Посередницькі асоціації (AI)

Проміжні асоціації наймають безробітних за контрактами з користувачами та надають їх на короткострокові завдання з окремими особами, асоціаціями, місцевими органами влади та підприємствами. Вони надають підтримку громадськості, спрямовану на оцінку навичків людей, щоб визначити відповідні посади, щоб запропонувати їм, знайти робочі години з директорами, що дозволяють забезпечити людей, сприяти швидкому та значному прогресу в працевлаштуванні разом з *Rôle emploi* та народними референтами.

3. Інтеграційні підприємства (EI)

Інтеграційні підприємства розташовані в умовах ринкової економіки. Вони пропонують підтримку, спрямовану на адаптацію до продуктивного робочого середовища, щоб дозволити працівникам інтегруватися на ринок праці в найкращих умовах.

4. Компанії з тимчасової інтеграції (ETTI)

Компанії з тимчасової інтеграційної роботи, зі свого боку, використовують тимчасові призначення, щоб дати людям можливість отримати цінний професійний досвід за короткий термін у звичайному комерційному секторі. Вони втручаються в положення про включення в державні контракти.[67]

Закон Франції про соціальну та солідарну економіку (SSE), прийнятий у 2014 році, забезпечує сприятливу та охоплюючу нормативну базу для кращої підтримки традиційні SSE організації та нові соціальні підприємства.

Специфіка Закону полягає в побудові нової концептуальної основи, що охоплює більше, ніж традиційні статутні суб'єкти (тобто кооперативи, пайові товариства, асоціації і фонди), дотепер позначені як «організації SSE». [68]

У Сінгапурі *raiSE* визначає соціальні підприємства як суб'єкти господарювання, створені з чіткими соціальними цілями, чіткими намірами та ресурсами, виділеними для досягнення своїх соціальних цілей.

У Сінгапурі існує Сінгапурський центр соціального підприємництва, *raiSE* було створено в 2015 році для розвитку сектору соціальних підприємств у Сінгапурі шляхом міжгалузевої співпраці між Міністерством соціального розвитку та розвитку сім'ї, Національною радою соціальних служб, Асоціацією соціальних підприємств і *Tote Board* для розвитку сектору соціальних підприємств у Сінгапурі. *raiSE* був офіційно запущений доктором Тоні Тан Кенг Ямом, колишнім президентом Республіки Сінгапур 27 травня 2015 року. Центр займається підтримкою соціальних підприємств та підвищенням обізнаності. [69]

Оскільки соціальні підприємства також є бізнесом, вони повинні прагнути отримувати прибуток, а не покладатися на пожертви та фінансування. Як і будь-який бізнес, соціальні підприємства мають платити корпоративний податок. Оскільки соціальні підприємства прагнуть покращити світ навколо них, коли вони отримують прибуток, одержує прибуток і суспільство.

Соціальними підприємствами можуть бути невеликі підприємства, такі як кафе, побутові послуги, продукти харчування та напої та роздрібні бутики. Вони також можуть бути середніми, які починають стратегічно включати соціальний вплив у свій бізнес і розробляти продукти та послуги для задоволення соціальних потреб. Вони також можуть бути величезними конгломератами, такими як *NTUC Income*.

Згідно з глобальними дослідженнями соціальних підприємств Британської ради, у Сінгапурі існує приблизно 2660 соціальних підприємств. Ця цифра включає благодійні організації та товариства, а також приблизну кількість малих підприємств. Однак у *raiSE* лише близько 367 учасників, згідно з його каталогом. [70]

Наступним важливим складником є підприємства які притримуються корпоративної соціальної відповідальності.

У міжнародній практиці існує декілька моделей соціально відповідального бізнесу, що відрізняються в залежності від національних і культурних

особливостей кожної країни. Ці моделі відповідають трьом основним моделям корпоративного управління: американській, європейській та японській.

Характеристики кожної підмоделі залежать від різних факторів, таких як роль агентств ООН та ЄС, державні пріоритети, політика КСВ, регуляторні чинники, організаційна структура політики з КСВ, а також соціоекономічні й політичні пріоритети та культурний контекст.

Моделі визначаються за допомогою п'яти ключових ознак:

1. Промислові відносини.
2. Фінансова система.
3. Внутрішня структура.
4. Система освіти та тренінгів.
5. Міжкорпоративні відносини.

Американський підхід до соціальної відповідальності сформувався у ХІХ столітті. Він зосереджений на тому, як підприємство веде себе на ринку та як встановлює позитивні стосунки з місцевими та регіональними органами влади.

У цьому підході до сьогодення переважає філантропічна спрямованість, що передбачає спрямування частини прибутку компанії на соціально корисні проекти. Така благодійна діяльність часто є незалежною від основної діяльності компанії і може бути скорочена в залежності від економічної ситуації та політики компанії.

Американська модель соціально відповідального бізнесу характеризується обмеженим впливом держави на його розвиток та приватний сектор. В США підприємства активно сприяють фінансуванню некомерційних проектів соціальної відповідальності через корпоративні фонди. Держава підтримує соціально відповідальний бізнес шляхом впровадження податкових пільг. Такий підхід поширений у США, країнах Латинської Америки та деяких країнах Африки.

Попри те, що американські компанії зробили значний внесок у створення американської моделі корпоративної соціальної відповідальності, зараз більшість великих національних та транснаціональних компаній та банків у

США розглядають її як стратегічний аспект свого бізнесу. Щорічно вони публікують фундаментальні звіти з корпоративної соціальної відповідальності, в яких описується різноманітна соціальна діяльність компаній перед суспільством, споживачами, акціонерами, персоналом, партнерами та іншими зацікавленими сторонами. Сьогодні філантропія сприймається великими компаніями лише як один з аспектів корпоративної соціальної відповідальності.

Американська модель корпоративної соціальної відповідальності частіше застосовується в малих фірмах або в країнах, що розвиваються, де не завжди є достатньо фінансових і людських ресурсів для впровадження комплексної політики корпоративної соціальної відповідальності на рівні стратегії. У сучасних економічних умовах американська модель корпоративної соціальної відповідальності досить широко використовується. Це пояснюється двома факторами.

По-перше, її досить легко втілити в життя, і результати реалізації часто є відкритими для громадськості. Для інвестора участь компанії у благодійній діяльності свідчить про її соціальну стабільність і, отже, робить її більш привабливою для зовнішніх інвестицій.

По-друге, при правильному застосуванні ця модель найбільше знаходить відгук у громадськості та громадських організаціях, оскільки дозволяє їм бачити компанію як організацію, що піклується про потреби мешканців міста, району або регіону.

У Європі склалася історично інша модель соціальної відповідальності, яка ґрунтується на соціально-відповідальних механізмах управління бізнесом при значному впливі держави. Основним чинником у європейській моделі є партнерські відносини: держава часто має своїх представників у керівництві та володіє пакетами акцій у всіх структурах бізнесу.

Згідно з європейською моделлю корпоративної соціальної відповідальності, соціально-відповідальна діяльність компанії є не просто благом, але і способом досягнення її бізнес-цілей і важливою складовою стратегії для забезпечення додаткової інвестиційної привабливості компанії. Практично

всі ініціативи, які фінансуються компанією у рамках цієї моделі, направлені безпосередньо на збільшення її прибутковості.

Серед найпопулярніших об'єктів інвестицій за цією моделлю можна виділити:

- розвиток кадрового потенціалу компанії;
- внесок у розвиток муніципальних утворень, де діє компанія;
- підтримка науки, освіти та технологій;
- благодійні внески, залучені працівниками компанії;
- програми адаптації діяльності компанії до світових стандартів у відповідних галузях;
- екологічні ініціативи та програми природоохоронного спрямування.

Сучасні фінансові та промислові гіганти в Європі все частіше віддавали перевагу європейській моделі соціально відповідальної поведінки. Ця модель передбачає інтеграцію соціальних ініціатив у стратегію розвитку компанії, враховуючи їхнє економічне обґрунтування. Для інвесторів вона стала привабливішою, оскільки результати її впровадження можна виміряти конкретними показниками, включаючи фінансові.

У той час як в Японії та Південній Кореї поширена азійська модель соціально відповідального бізнесу, де держава активно регулює ці процеси. Бізнес в цих країнах майже повністю виконує соціальні зобов'язання перед своїми працівниками, забезпечуючи житло, підтримуючи розвиток сімейних професійних династій та надаючи фінансову підтримку для освіти дітей співробітників, а також фінансуючи послуги здоров'я та пенсійне забезпечення. Ця система відповідає концепції "пожиттєвого найму", яка була популярна в Японії в другій половині 20 століття.

У Японії соціальна відповідальність корпорацій втілюється через культурні традиції країни. Азійська модель корпоративної відповідальності передбачає формування соціальної згуртованості в межах компанії та ділової згуртованості на рівні індустріальної групи.

У цій моделі підприємство розглядається як "виробнича сім'я", де кожен працівник вважається членом цієї сім'ї, і його відповідальність та права виходять за межі звичайних трудових обов'язків.

Корпорація, у свою чергу, підтримує працівників на всіх етапах їхнього життя: допомагає в придбанні житла, надає фінансову підтримку при народженні дітей та їхньому навчанні, генерує щедру вихідну допомогу та надає корпоративні пенсії.

У Таблиці 1.4 представлена порівняльна характеристика основних ознак цих моделей.

Таблиця 1.4

Порівняльна характеристика моделей КСВ

Ознака порівняння	Американська модель	Європейська модель	Азійська модель
1	2	3	4
Специфіка КСВ	Перевага надається філантропії	Є частиною стратегії підприємства	Обумовлена культурними традиціями
Мета діяльності	Імідж компанії	Створення додаткової інвестиційної привабливості та підвищення прибутку	Соціальна згуртованість на рівні компанії
Вплив на соціальні проекти	Мінімальний, КСВ не пов'язана з основною діяльністю компанії	КСВ є частиною стратегії розвитку компанії	Виконання всіх соціальних зобов'язання стосовно своїх працівників

Продовження Таблиці 1.4

Державне регулювання	Компанії самостійно визначають необхідність створення стратегії КСВ	На державному рівні закріплено перелік соціальних ініціатив та програм	Держава активно регулює процеси соціально відповідального бізнесу
Відносини із стейкхолдерами	Задоволення інтересів власників	Врахування інтересів усіх сторін	Пріоритет «виробничій сім'ї»

Джерело: сформовано на основі [71]

Отже, можна зробити висновок, що кожна з моделей корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) має свої особливості, переваги та недоліки. Щодо впровадження цих моделей в Україні, ситуація ще залишається на початковому етапі, оскільки вітчизняні науковці звертають на це увагу лише останнім часом.

У порівнянні з американською та європейською моделями, українське державне регулювання КСВ відіграє значну роль. Проте в Україні КСВ ще не стала складовою частиною організаційного управління в компаніях. Лише у половині компаній, які реалізують політику КСВ, є стратегія соціальної відповідальності, а лише у чверті є бюджет на програми або заходи зі соціальної відповідальності. Більшість компаній займаються пошуком ідей для програм КСВ та розробкою планів їх реалізації на рівні керівництва. [72]

Для формування соціальної місії бізнесу Україні потрібно ще пройти чималий шлях, адже наразі існує нерозуміння цілісності концепції, апробованих практик та їх переваг. Крім того, КСВ в Україні здебільшого зосереджена на найближчому колі стейкхолдерів, таких як держава, власники і персонал, і мало

уваги приділяється широкому колу зацікавлених сторін, таким як місцеві співтовариства, громадські організації та інші.

Висновки до розділу 1

Таким чином, на основі проведених у розділі 1 досліджень можна зробити наступні висновки:

1. Систематизовано та проаналізовано наявні дослідження у сфері соціально орієнтованого бізнесу. Обґрунтовано, що тема являється малодослідженою та потребує подальшого вивчення. Доведено, що соціально орієнтований бізнес, це широке поняття яке включає у себе такі категорії як соціальне підприємництво, соціально відповідальне інвестування, корпоративну соціальну відповідальність.

2. Систематизовано категорійний апарат соціального підприємництва. Розглянуто основні теоретичні положення щодо визначення та особливостей. Наведено ключові характеристики соціального підприємництва, його концепції. Визначено, що соціальне підприємництво включає у себе діяльність різноманітних організацій, які мають на меті досягнення соціального ефекту, проте передбачають наявність бізнес-складової.

3. Досліджено особливості та види соціально відповідального інвестування. Розглянуто основні етапи становлення. Визначено, що етапи еволюції соціально відповідального інвестування включають чотири періоди: зародження концепції, утвердження, розвиток на засадах сталого розвитку, розвиток на власній основі.

4. Проаналізовано та систематизовано підходи до визначення поняття соціально відповідальне інвестування. Соціальні інвестиції - будь-який вид фінансових вкладень у соціальну сферу, включаючи кошти за програмами корпоративної соціальної відповідальності, грант, державні субсидії, вкладення бюджетних коштів у довгострокове рішення соціальних проблем. Відповідальні

інвестиції - виключення з інвестиційного портфелю компаній, зайятих неетичним бізнесом (виробництво алкоголю, тютюнових продуктів та ін.).

5. Розглянуто види інвестицій, які можна віднести до соціальних, а саме інвестиції сталого розвитку, інвестиції у найефективніші компанії, інвестиції за методом скринінгу, інвестиції за методом активних дій та інвестиції впливу.

6. Здійснено дослідження основних положень корпоративної соціальної відповідальності. Розглянуто розвиток концепцій КСВ та її стандарти. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це відповідальний підхід компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників та партнерів; активна соціальна позиція, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, а також участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

7. Проаналізовано аспекти складових забезпечення соціально орієнтованого бізнесу. Розглянуто економічну, правову, організаційну складову. Досліджено зовнішні та внутрішні елементи інфраструктури забезпечення, а саме законодавче регулювання, заходи державної підтримки, кадрове забезпечення, матеріально-технічне, інформаційне та фінансове.

8. Систематизовано та досліджено особливості вибору стратегії діяльності для соціально орієнтованого бізнесу. Розглянуто види стратегій та підходи до них.

9. Проаналізовано міжнародний досвід соціально орієнтованого бізнесу. Розглянуто такі країни як США, Канада, Німеччина, Норвегія, Франція, Сингапур. Виявлено, що у даних країнах уряд залучає підприємства до соціальних ініціатив, що поживляє розвиток соціального підприємництва. Також, зроблено висновок, що у країнах Європи держава значно більше підтримує соціальне підприємництво порівняно з США, а Канада згідно з оцінкою Thomson Reuters Foundation Канада була визнана найкращою країною для створення та функціонування соціальних підприємств серед 45 найбільших економік світу.

10. Систематизовано та досліджено моделі корпоративної соціальної відповідальності. Це американська, європейська та японська моделі. Щодо функціонування тієї чи іншої моделі СВ в Україні, то її становлення ще перебуває у початковому стані, адже вітчизняні науковці почали приділяти увагу цій проблемі лише в останні роки. Порівняно з американською та європейською моделями в Україні державне регулювання КСВ відіграє неабияку роль.

Висновки, які наведено у першому розділі представлені у публікація дисертаційної роботи [1, 41, 58, 61, 71], згідно переліка використаних джерел.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

2.1 Аналіз умов діяльності суб'єктів соціального підприємництва в Україні

Згідно з Концепцією реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні до 2030 року, поняття "соціально відповідальний бізнес" описує відповідальну поведінку суб'єктів економічної діяльності, враховуючи вплив їхніх рішень та дій на суспільство і навколишнє середовище, сприяючи сталому розвитку, включаючи благополуччя населення. Це враховує очікування суспільства та учасників економіки, відповідає вимогам законодавства та міжнародних стандартів, і є невід'ємною частиною їхньої діяльності.

Отже, розвиток соціально відповідального бізнесу полягає в добровільних діях учасників економічної сфери, спрямованих на дотримання високих стандартів управління та виробництва, соціальних норм та стандартів роботи з персоналом, мінімізацію негативного впливу на довкілля, підтримання довіри між бізнесом, суспільством і державою, а також поліпшення бізнес-показників та прибутковості у довгостроковій перспективі. [73]

В рамках впровадження цієї концепції передбачається досягнення показників Цілей Сталого Розвитку (ЦСР). У Національній доповіді «Цілі Сталого Розвитку: Україна» [74] було представлено 86 завдань національного розвитку та 172 показники для їх моніторингу. Доповідь містить результати адаптації 17 глобальних ЦСР з урахуванням специфіки національного розвитку. Бенчмаркінгові показники були встановлені на основі прогностичних розрахунків з використанням сценарійних підходів до визначення напрямів розвитку країни.

Таблиця 2.1

Виконання показників Цілей сталого розвитку

Показник	Одиниця виміру	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2025	2030
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Співвідношення середньої заробітної плати жінок і чоловіків	відсотків	74,9	74,6	78,8	77,7	77,2	79,6	81,4	-	83	85
Співвідношення середньомісячної заробітної плати (доходів) десятої та першої децильних груп працівників	разів	31,2	30,4	24,7	29,6	45,8	70,2	158,2	416,2	18	15
Ймовірність померти у віці 20–64 роки, чоловіки	відсотків	38	38	37	38	38	39	41	-	33	29
Ймовірність померти у віці 20–64 роки, жінки	відсотків	15	15	14	15	14	15	18	-	14	13
Частка витрат населення у загальних видатках на охорону здоров'я	відсотків	48,78	52,29	47,45	49,74	49,22	46,38	-	-	35	30
Частка денних закладів загальної середньої освіти, у яких організовано інклюзивне навчання	відсотків	-	9,26	16,66	25,11	36,07	44,11	52,16	53,83	70	80

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Частка населення, яке повідомило, що за останні 12 місяців користувалось послугами Інтернету	відсотків	48,9	53	58,9	62,6	70,1	75,3	79,4	-	70	80
Частка об'єктів громадського та цивільного призначення, благоустрою, транспортної інфраструктури, дорожнього сервісу, облаштованих з урахуванням потреб осіб з інвалідністю	відсотків	0-15	15	-	-	-	27	-	-	70	90
Кількість осіб, потерпілих від нещасних випадків на виробництві, які призвели до втрати працездатності на один робочий день чи більше	відсотків до рівня 2015 року	100	104	101	97	91	85	80	69	60	50
Кількість осіб, що загинули внаслідок нещасних випадків на виробництві	відсотків до рівня 2015 року	100	107	98	109	113	101	103	126	50	45

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Кількість осіб, потерпілих від нещасних випадків на виробництві, які призвели до втрати працездатності на один робочий день чи більше	відсотків до рівня 2015 року	100	104	101	97	91	85	80	69	60	50
Кількість осіб, що загинули внаслідок нещасних випадків на виробництві	відсотків до рівня 2015 року	100	107	98	109	113	101	103	126	50	45
Частка працівників, зайнятих на роботах із шкідливими умовами праці, у загальнообліковій кількості штатних працівників	відсотків	26	28,9	28,4	-	29,6	-	-	-	17	12
Частка скидів забруднених (забруднених без очищення та недостатньо очищених) стічних вод у водні об'єкти в загальному обсязі скидів	відсотків	15,7	12,9	21,15	18,27	13,72	10,05	11,56	12,55	10	5

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Кількість міст, в яких середньодобові концентрації основних забруднюючих речовин в атмосферному повітрі перевищують середньодобові гранично допустимі концентрації	одиниць	34	34	34	35	36	35	34	34	20	15
Частка енергії, виробленої з відновлюваних джерел, у загальному кінцевому споживанні енергії	відсотків	5	5,9	6,7	7	8,1	9,2	-	-	14,2	17,1
Ресурсоємність ВВП (питома вага вартості природних ресурсів в одиниці ВВП), % до рівня 2015 року	відсотків	100	98,2	91,7	95,1	91,6	94,2	77	-	80	60
Обсяг утворених відходів усіх видів економічної діяльності на одиницю ВВП	кг на 1000 дол. США за ПКС 2011 року	636	588,2	714,2	655	809,2	883,4	-	-	880	800

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Рівень реконструкції загальнодержавної системи централізованого оповіщення населення	відсотків	0,05	0,05	0,05	0,1	0,2	4,8	6,3	12	40	60
Місце України у рейтингу легкості ведення бізнесу Doing Business	місце	81	80	76	71	64	-	-	-	25	20
Приріст прямих іноземних інвестицій в економіку України	млрд. долларів США	3	3,9	3,4	4,8	5,2	- 0,5	7,5	0,5	16	17,5
Частка регіонів, що затвердили і впроваджують регіональні стратегії розвитку та плани заходів з їх реалізації, розроблені за участю громадськості	відсотків	0	0	52	84	92	100	100	100	100	100

Джерело: сформовано автором на основі [75]

Отже, з огляду на наведені показники, можна зробити наступні висновки.

Сприяння гендерній рівності в Україні є важливим завданням. Розрив у середньому рівні заробітної плати між чоловіками та жінками, що становить близько 30%, вказує на наявність гендерної нерівності.

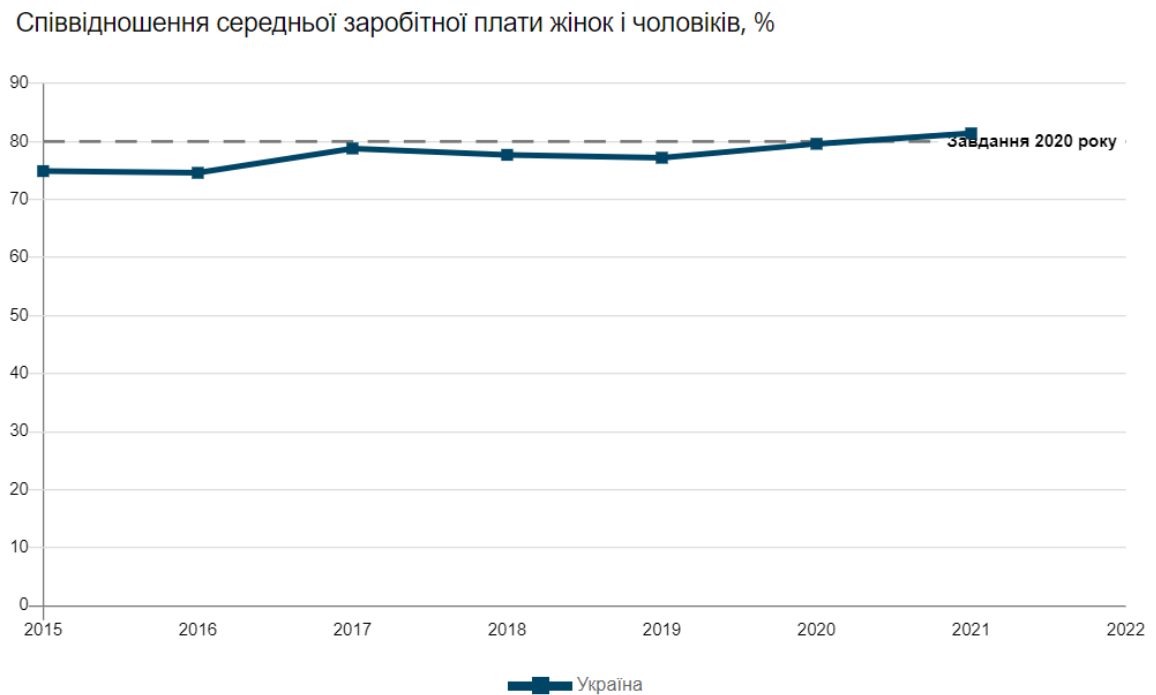


Рис. 2.1. - Співвідношення середньої заробітної плати жінок і чоловіків у 2015-2022рр

Джерело: сформовано автором на основі [75]

Україна продовжує зіткнутися зі значними соціальними викликами, серед яких високий рівень передчасної смертності, зокрема серед чоловіків, є одним із найбільш актуальних. Це призводить до того, що середня тривалість життя в Україні значно нижча (на 12–14 років) в порівнянні з розвиненими країнами.

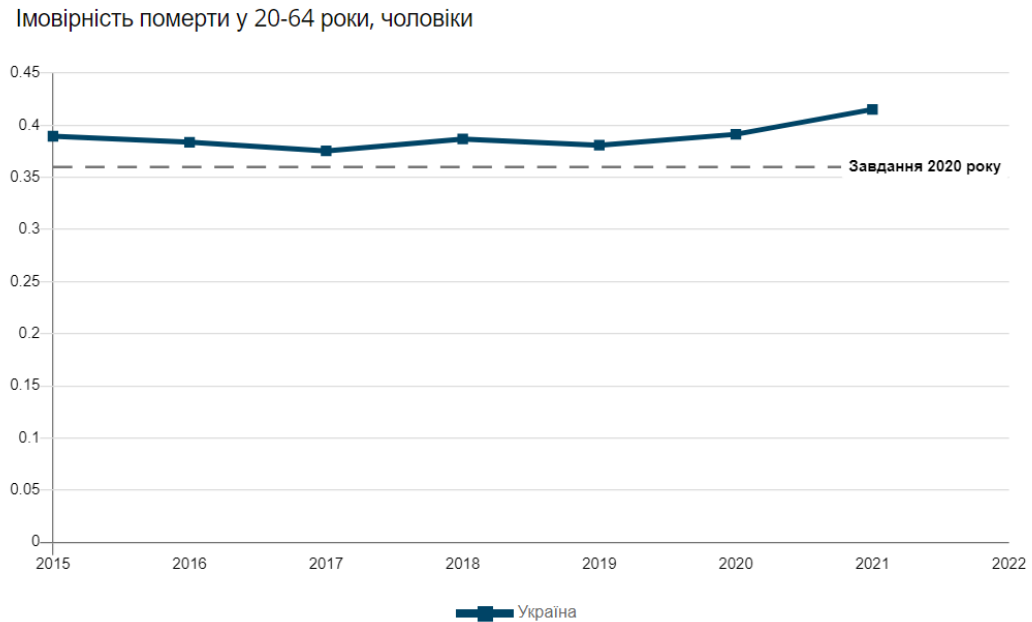


Рис. 2.2. - Ймовірність померти у 20-64 роки, чоловіки у 2015-2022рр
Джерело: сформовано автором на основі [75]

Проблемним питанням залишається залучення до освіти дітей з інвалідністю та особливими потребами.

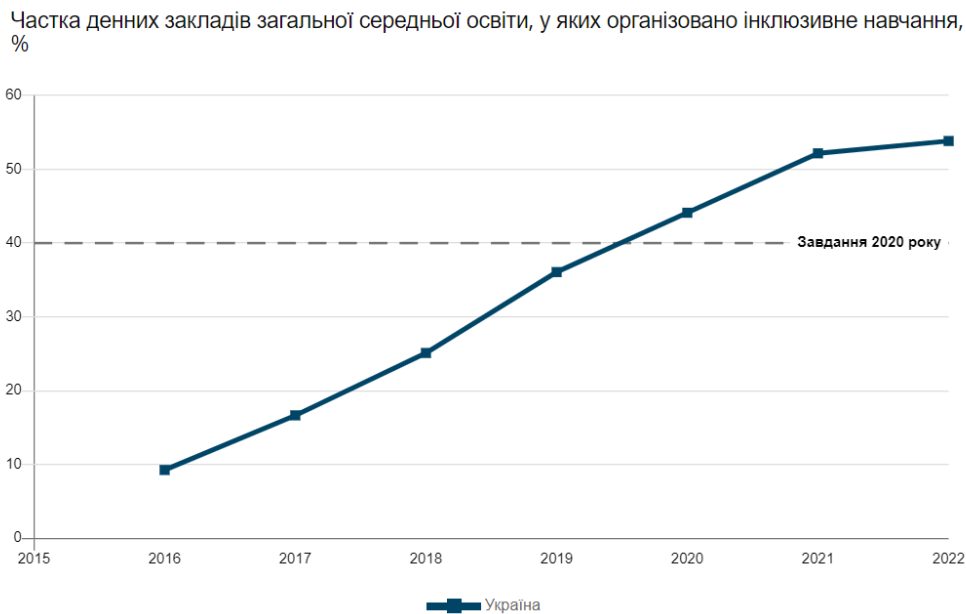


Рис. 2.3. - Частка денних закладів загальної середньої освіти у яких організовано інклюзивне навчання у 2015-2022рр
Джерело: сформовано автором на основі [75]

На шляху до забезпечення сталого розвитку довкілля в Україні було досягнуто певного прогресу. Проте через антропогенне навантаження, близько 70% поверхневих вод та значна частина запасів ґрунтових вод втратили свою придатність як джерело питної води. Проблемними залишаються питання відходів та централізованого водопостачання в сільських районах. Близько 4 мільйони тонн забруднюючих речовин викидаються у повітряний басейн щорічно.

Частка скидів забруднених (забруднених без очистки та недостатньо очищених) стічних вод у водні об'єкти у загальному обсязі скидів, %

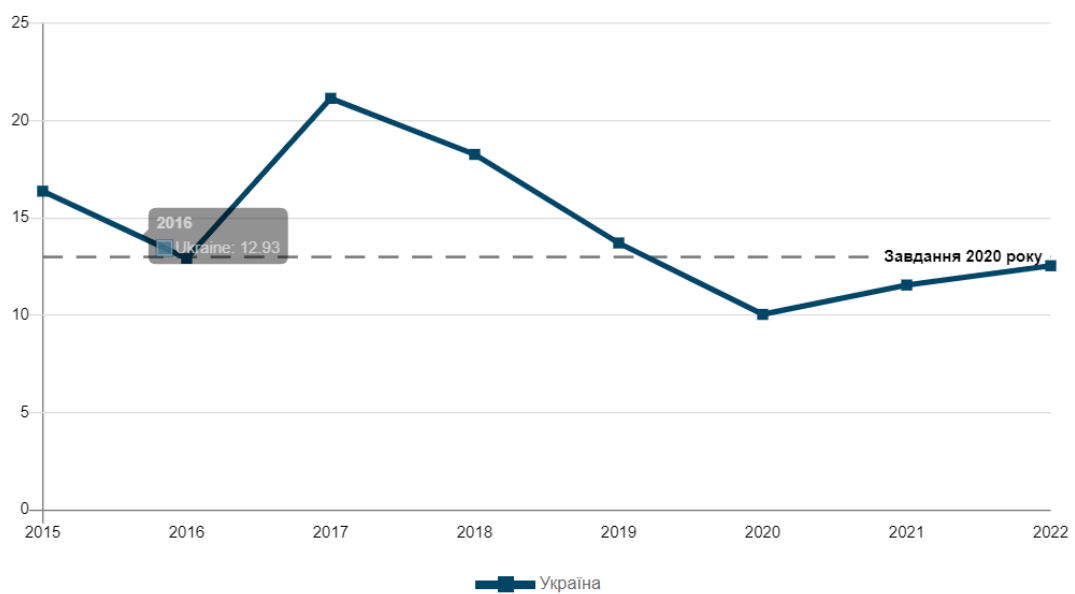


Рис. 2.4. - Частка скидів забруднених стічних вод у водні об'єкти у загальному обсязі скидів у 2015-2022рр, %

Джерело: сформовано автором на основі [75]

Кількість електроенергії отриманої з відновлювальних джерел все ще невелика, проте постійно зростає.

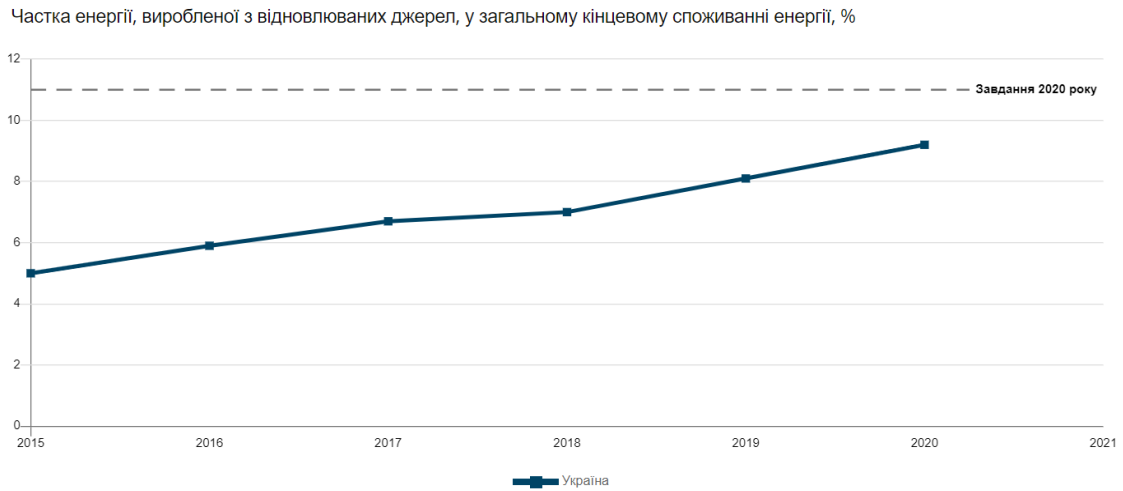


Рис. 2.5. - Частка енергії виробленої з відновлювальних джерел у загальному кінцевому споживанні енергії у 2015-2022рр, %

Джерело: сформовано автором на основі [75]

Середня заробітна плата (доходи) представників десятої децильної групи (з найвищими доходами) перевищує середню зарплату першої медіанної групи у 13 разів (для порівняння: у скандинавських країнах цей показник становить 2,9 раза, в ЄС – 4,2, у США – 7,0), а доходи першої децильної групи – у 159 разів.

Співвідношення середньомісячної заробітної плати (доходів) десятої та першої децильних груп працівників (децильний коефіцієнт), рази

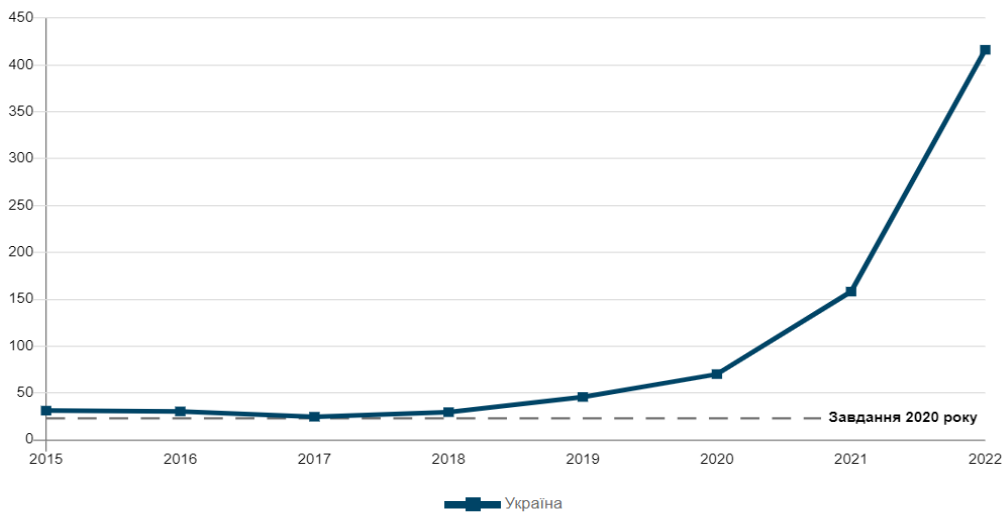


Рис. 2.6. - Співвідношення середньомісячної заробітної плати дксятої та першої децильної груп працівників у 2015-2022рр, рази

Джерело: сформовано автором на основі [75]

Успіх у досягненні сталого розвитку на місцевому рівні в першу чергу вимагає наполегливих зусиль, спрямованих на поліпшення життєвих умов соціально вразливих груп населення, таких як бідні сім'ї, багатодітні родини, люди з інвалідністю, діти-сироти та ті, що позбавлені батьківського піклування.

Досягнення Цілей Сталого Розвитку потребує глибоких соціально-економічних змін в Україні та створення нового глобального партнерства для розвитку та підтримки державно-приватного партнерства на регіональному рівні.

Залучення приватного бізнесу для розв'язання соціальних, економічних та екологічних проблем є перспективним напрямком. Саме соціально відповідальний бізнес може допомогти у досягненні цілей КСВ.

Проаналізуємо стан соціально орієнтованого бізнесу в Україні та його вплив на Цілі сталого розвитку.

Як було зазначено у попередньому розділі, соціально відповідальний бізнес складається з трьох аспектів:

- соціальних підприємств;
- корпоративної соціальної відповідальності;
- соціально відповідального інвестування.

Розглянемо детальніше особливості функціонування кожного аспекту в Україні.

Для створення будь-якого підприємства необхідно законодавчо правильно організувати його діяльність. Перш за все розібратися з організаційно-правовою формою та порядком оподаткування. Підприємства соціально орієнтованого бізнесу є не виключенням.

В Україні для здійснення соціального підприємства не передбачено окремої організаційно-правової форми. Визначення соціальне підприємство або досягнення соціального ефекту лише частково наявне у законодавчих документах. Наприклад, існує Проект Закону України від 11.03.2013 № 2508, «Про соціальні підприємства», який визначає поняття, організаційні форми,

правові засади діяльності соціальних підприємств в Україні. Проте даний законопроект все ще не прийнято.

У цьому законопроекті пропонується наступне визначення: «Соціальним підприємством визначається суб'єкт господарювання, утворений юридичними та/або фізичними особами, пріоритетом діяльності якого є досягнення соціальних результатів, зокрема, у сфері охорони здоров'я, освіти, науки, культури, навколишнього середовища, надання соціальних послуг та підтримки соціально вразливих груп населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб)».

[76]

Соціальне підприємництво лише фрагментарно представлено в урядових документах. Зокрема, планом заходів щодо реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016 - 2020 роки визначено необхідність «сприяння проведенню, зокрема через інфраструктуру підтримки малого і середнього підприємництва, навчальних курсів, тренінгів та інформаційної кампанії з питань розвитку соціального підприємництва із залученням інститутів громадянського суспільства» [77] в 2019 році та «здійснення організаціями громадянського суспільства підприємницької діяльності, спрямованої на вирішення соціальних проблем (соціальне підприємництво), долучення таких організацій до надання соціальних послуг зі сприяння у працевлаштуванні та професійної підготовки соціально вразливих верств населення; стимулювання розвитку соціального підприємництва, зокрема удосконалення механізмів фінансової підтримки такої діяльності» [78] в 2020 році. Планом заходів з реалізації Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року передбачено «проведення дослідження стану розвитку соціального підприємництва в Україні та підготовка пропозицій щодо розроблення проєктів нормативно-правових актів щодо підтримки соціального підприємництва з урахуванням кращого міжнародного досвіду» .

Необхідність формалізації концептуальних засад розвитку соціального підприємництва в Україні є важливим кроком у розвитку цієї сфери. Концепція державної політики щодо розвитку соціального підприємництва може стати важливим інструментом, який визначатиме стратегічні цілі та напрямки діяльності в цій галузі. [79]

Важливо розуміти, що соціальне підприємництво відрізняється від благодійної діяльності. Це підприємництво, яке працює за законами бізнесу, з метою отримання прибутку, який використовується для вирішення соціальних проблем або спрямовується на допомогу певним соціальним групам.

Соціальне підприємництво відзначається активною підприємницькою діяльністю з метою генерації прибутку, який застосовується для розв'язання соціальних проблем або надання допомоги конкретній соціальній групі. Експерти Європейської комісії визначили п'ять ключових критеріїв, які характеризують соціальне підприємництво: постійна економічна діяльність у сфері виробництва та/або обміну товарів та/або послуг; чітко визначена основна соціальна мета, спрямована на розв'язання суспільних проблем; обмеження на розподіл прибутку або активів, спрямоване на виконання соціальної мети; незалежність і організаційна самостійність від державних і комерційних установ; використання інклюзивного управління через участь та/або демократичне прийняття рішень.

Створення Концепції державної політики щодо розвитку соціального підприємництва в Україні може стати кроком уперед у визначенні цілей, стратегій та заходів, спрямованих на підтримку та розвиток цього важливого сектору економіки. [80]

Отже створити соціальне підприємство можна у будь-якій зручній організаційно-правовій формі (організації громадського об'єднання, суб'єкту підприємницької діяльності тощо), із широким вибором із наявних режимів оподаткування.

Для правильного вибору організаційно-правової форми доцільно користуватись наступним принципом: Соціальне підприємництво – це

підприємницька діяльність для досягнення соціального, суспільного чи екологічного впливу, а не для максимізації прибутку для власників бізнесу.

Розглянемо детальніше соціальну та підприємницьку складову.



Рис 2.7. - Підприємницька та соціальна складові соціального підприємства
Джерело: сформовано автором

Згідно Закону України «Про підприємництво» підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами,

zareєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. [81]

Підприємці мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству. Підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, визначених законами України, на вибір підприємця.

Згідно Господарського Кодексу України підприємництво є господарською діяльністю. [82]

Під господарською діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

У Податковому кодексі наведено наступне визначення: «господарська діяльність - діяльність особи, що пов'язана з виробництвом (виготовленням) та/або реалізацією товарів, виконанням робіт, наданням послуг, спрямована на отримання доходу і проводиться такою особою самостійно та/або через свої відокремлені підрозділи, а також через будь-яку іншу особу, що діє на користь першої особи, зокрема за договорами комісії, доручення та агентськими договорами»[83].

Наявні на даний момент в Україні організаційно-правові форми можна розділити наступним чином:

Організаційно-правові форми	Підприємство
	Господарське товариство
	Кооперативи
	Організації, установи, заклади
	Корпорації
	Непідприємницькі товариства
	Громадські об'єднання
	Інше

Рис. 2.8. - Наявні організаційно-правові форми підприємств

Джерело: сформовано автором на основі [82-84]

Порядок створення, функціонування, перебудови та ліквідації різних організаційних форм підприємницької діяльності визначається відповідними законодавчими актами України.

У випадку, якщо такий порядок не встановлений спеціальним законодавством, підприємець керується цим Законом і положеннями свого установчого документа.

Так, у Класифікації організаційно-правових форм господарювання зазначено наступне: «Підприємницька діяльність – самостійна ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, здійснювана суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (3, ст. 42).» [85]

Також у цьому ж документі зазначено, що «Некомерційна господарська діяльність – самостійна систематична господарська діяльність, здійснювана суб'єктами господарювання, спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку (3, ст. 3). » [85]

Це описує поняття неприбуткових організацій, які не ставлять своєю основною метою отримання прибутку. Хоча вони можуть отримувати прибуток від своєї діяльності, цей прибуток не розподіляється між учасниками організації, а зазвичай спрямовується на фінансування подальшої діяльності цієї організації.

Основний критерій відмежування між підприємницькими та непідприємницькими організаціями полягає в можливості або неможливості розподілу прибутку між учасниками таких організацій.

У зв'язку з цим, для зручності, організаційно-правові форми можна поділити на дві групи в залежності від можливості розподілу прибутку.

Якщо доходи (прибутки)/ їхні частини не будуть розподілятися:

1. Громадські організації.
2. Релігійні організації.
3. Благодійні організації.
4. ОСББ, ЖБК, с/г обслуговуючі кооперативи.

Якщо доходи (прибутки)/ їхні частини планується розподіляти:

1. Юридичні особи (ТОВ) – Загальна система, спрощена система, підприємства та організації засновані громадськими організаціями інвалідів.
2. Фізична особа підприємець - Загальна система, єдиний податок.
3. Спільна діяльність.

Розглянемо кожну форму детальніше.

Громадське об'єднання – добровільне об'єднання фізичних осіб та/або юридичних осіб приватного права для здійснення та захисту прав і свобод, задоволення суспільних, зокрема економічних, соціальних, культурних, екологічних та інших інтересів.

Громадське об'єднання може бути сформоване як громадська організація або громадська спілка.

Воно може здійснювати свою діяльність як юридична особа або без такого статусу. Громадське об'єднання, яке має статус юридичної особи, є неприбутковим товариством, головною метою якого є не заробіток, а здійснення громадської діяльності.

Щодо громадського об'єднання, то згідно ЗУ учасники не мають права на розподілення прибутку. Відсутність майнового інтересу означає, що члени (учасники) громадського об'єднання не мають права на власність або частку в майні об'єднання і не несуть відповідальності за його зобов'язання. Доходи або майно (активи) громадського об'єднання не розподіляються між його членами (учасниками) і не можуть бути використані на користь будь-якого окремого члена (учасника) чи посадових осіб (за винятком оплати їх праці та відрахувань на соціальні заходи).

У статуті громадського об'єднання обов'язково вказується мета його діяльності.

Також, згідно Закону України «Про громадські об'єднання»: «громадське об'єднання може здійснювати безпосередню підприємницьку діяльність, якщо це передбачено статутом об'єднання або через створені в порядку, передбаченому законом, юридичні особи, якщо така діяльність відповідає меті громадського об'єднання та сприяє її досягненню» [85].

Громадське об'єднання зі статусом юридичної особи має право:

1) бути учасником цивільно-правових відносин, набувати майнові і немайнові права відповідно до законодавства;

2) здійснювати відповідно до закону підприємницьку діяльність безпосередньо, якщо це передбачено статутом громадського об'єднання, або через створені в порядку, передбаченому законом, юридичні особи (товариства, підприємства), якщо така діяльність відповідає меті (цілям) громадського об'єднання та сприяє її досягненню. Відомості про здійснення підприємницької діяльності громадським об'єднанням включаються до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань; [85]

Також Громадське об'єднання зі статусом юридичної особи, створена ним юридична особа (товариство, підприємство) може бути виконавцем державного замовлення відповідно до закону.

Тобто соціальне підприємство зі статусом громадського об'єднання може співпрацювати з державними органами та приймати участь у державних програмах, які вирішують соціальні або екологічні проблеми.

«Благодійна організація – юридична особа приватного права, установчі документи якої визначають благодійну діяльність в одній чи кількох сферах, визначених цим Законом, як основну мету її діяльності» [86].

Згідно Державного класифікатора, «благодійна організація – недержавна організація, головною метою діяльності якої є здійснення благодійної діяльності в інтересах суспільства або окремих категорій осіб. Благодійні організації можуть утворюватись у формах членських благодійних організацій, благодійних фондів, благодійних установ, інших благодійних організацій (фондацій, місій, ліг тощо) (16, ст. 1, 6)» [84].

Метою діяльності благодійної організації є надання допомоги для сприяння законним інтересам зацікавлених сторін у сферах благодійної діяльності, а також розвиток і підтримка цих сфер у суспільних інтересах.

«1. Сферами благодійної діяльності є:

- 1) освіта;
- 2) охорона здоров'я;
- 3) екологія, охорона довкілля та захист тварин;
- 4) запобігання природним і техногенним катастрофам та ліквідація їх наслідків, допомога постраждалим внаслідок катастроф, збройних конфліктів і нещасних випадків, а також біженцям та особам, які перебувають у складних життєвих обставинах;
- 5) опіка і піклування, законне представництво та правова допомога;
- 6) соціальний захист, соціальне забезпечення, соціальні послуги і подолання бідності;
- 7) культура та мистецтво, охорона культурної спадщини;
- 8) наука і наукові дослідження;
- 9) спорт і фізична культура;
- 10) права людини і громадянина та основоположні свободи;

- 11) розвиток територіальних громад;
- 12) розвиток міжнародної співпраці України;
- 13) стимулювання економічного росту і розвитку економіки України та її окремих регіонів та підвищення конкурентоспроможності України;
- 14) сприяння здійсненню державних, регіональних, місцевих та міжнародних програм, спрямованих на поліпшення соціально-економічного становища в Україні;
- 15) сприяння обороноздатності та мобілізаційній готовності країни, захисту населення у надзвичайних ситуаціях мирного і воєнного стану.»[86]

Благодійна організація може бути створена у формі благодійного товариства, благодійної установи або благодійного фонду, враховуючи особливості, визначені відповідним Законом та іншими законами України.

2. Благодійним товариством вважається благодійна організація, що створена не менш як двома засновниками та діє на основі статуту.

3. Благодійною установою вважається благодійна організація, установчий акт якої визначає активи, що один або кілька засновників передають для досягнення цілей благодійної діяльності за рахунок таких активів та/або доходів від них. Установчий акт благодійної установи може міститися в заповіті. Засновник або засновники благодійної установи не беруть участь у її управлінні. Благодійна установа діє на основі установчого акта.

Також у Законі України зазначено, що «благодійні організації мають право здійснювати господарську діяльність без мети одержання прибутку, що сприяє досягненню їх статутних цілей» [86].

Згідно законодавства благодійна організація може заснувати юридичну особу. Для цього необхідно офіційно закріпити соціальну мету діяльності соціального підприємства у статуті ТОВ, чітко визначити обсяг та період виплати дивідендів. Завдяки створенню двох організацій можна чітко розмежувати бізнесові та соціальні задачі, використовувати можливості обох форм та більш ефективно вирішувати соціальні та екологічні проблеми.

Також, і благодійні, і громадські організації можуть замість ТОВ засновувати ФОП. Таке об'єднання має свої переваги та недоліки.

До переваг можна віднести:

- чіткий поділ задач та зони відповідальності у роботі;
- спільне ведення звітності;
- використання спільного бренду та назви;
- швидке вирішення соціальних проблем;
- зниження витрат на ресурси.

Недоліки:

- відсутність формалізованого зв'язку;
- можливий конфлікт інтересів, якщо керівник ФОП та ГО одна й та сама особа;
- менша довіра від інвесторів та стейкхолдерів.

Фізична особа-підприємець, яка може бути громадянином України, іноземним громадянином або особою без громадянства, займається підприємницькою діяльністю. Особа вважається суб'єктом господарювання, якщо вона провадить підприємницьку діяльність після державної реєстрації як підприємець без статусу юридичної особи. Громадянин-підприємець несе відповідальність за свої зобов'язання перед власним майном, яке може бути використане для покриття боргів відповідно до закону.

Статус фізичної особи-підприємця є юридичним статусом, що підтверджує право особи на провадження підприємницької діяльності. Ця діяльність характеризується самостійністю, ініціативністю, систематичністю та виконується на власний ризик. Вона здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів, а також для отримання прибутку.

При цьому, юридичний статус «фізична особа – підприємець» сам по собі не впливає і ніяким чином не обмежує будь-які правомочності особи, які випливають з її цивільної право-, та дієздатності.

У той же час, згідно з частиною першою статті 128 Господарського кодексу України (436-15) «громадянин визнається суб'єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи відповідно до статті 58 цього Кодексу (436-15)» [82].

Саме у господарських відносинах фізичні особи-підприємці приймають участь перш за все як підприємці, а не як фізичні особи, та лише на підставі їх реєстрації і внесення відомостей про них до Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб-підприємців.

З одного боку ФОП є легким у заснуванні (можливо відкрити навіть через електронний кабінет), не потрібно статутного капіталу, існують різні групи (залежно від КВЕД, кількості працівників, тощо), спрощена система бухгалтерського обліку.

Проте, з іншого боку ФОП не може офіційно задекларувати мету своєї діяльності через відсутність статуту, де б вказувалась соціальна ціль. Також не всі стейкхолдери довіряють фізичним-особам підприємцям.

У господарському кодексі України також немає визначень для соціального підприємства.

Таким чином найкращим варіантом для організації соціального підприємства є заснування громадського об'єднання зі статусом юридичної особи або у формі приватного підприємства чи ТОВ, залежно від обраної діяльності, очікуваного прибутку та кількості учасників.

Щодо нормативно-правового забезпечення корпоративної соціальної відповідальності, то ситуація наступна.

Корпоративна соціальна відповідальність (CSR), або у англійській версії - corporate social responsibility, є підходом до управління діяльністю компаній, при якому вони дотримуються принципів ділової етики та вчиняють соціально, екологічно та економічно важливі дії, що виходять за рамки чинних норм регулювання.

Корпоративну соціальну відповідальність часто розглядають як добровільне виконання певних правил, які перевищують вимоги законодавства та стандартів. Діючи таким чином, компанії зобов'язуються діяти відповідально та морально щодо своїх працівників, партнерів та акціонерів, а також стосовно навколишнього середовища.

Міжнародна практика нормативно-правового регулювання соціальної відповідальності бізнесу відображається за допомогою «м'якого права», яке включає міжнародні конвенції, декларації, принципи та рекомендації. Ці документи стають основою для розробки законодавчих актів на національному рівні.

До основних міжнародних документів, що регулюють соціальну відповідальність бізнесу відносяться наступні:

Декларація фундаментальних принципів та прав на роботі Міжнародної Організації Праці. У ній відображено основні міжнародні права працівників через прийняті міжнародною спільнотою «ключові стандарти трудових відносин», які регулюють свободи та права сторін, порядок оплати праці, усунення примусової та дитячої праці, усунення дискримінації у трудових відносинах.

Тристороння Декларація принципів щодо транснаціональних компаній та соціальної політики, яка встановлює принципи для транснаціональних компаній у сферах працевлаштування та умов праці.

Кодекси поведінки щодо безпеки та охорони здоров'я на робочому місці та щодо ВІЛ/СНІД, які містять практичні рекомендації стосовно відповідальності за безпеку праці та профілактики ВІЛ/СНІД.

Міжнародна Організація Стандартизації (ISO) розробила стандарт ISO14000, який допомагає компаніям встановлювати та дотримуватися систематичних зусиль щодо екологічної відповідальності.

Глобальна Ініціатива Звітування (GRI) – це міжнародний стандарт звітування щодо добровільного використання організаціями звітів з економічного та екологічного напрямків їх діяльності, продукції та послуг.

Стандарт SA8000 «Соціальна Відповідальність» (Social Accountability International) – це добровільний моніторинг, сертифікація та оцінювання умов праці у міжнародних компаніях на глобальних ринках. [87]

Також важливо відзначити, що на національному рівні в Україні у 2020 році Кабінетом Міністрів була затверджена «Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» [88], а також розроблений план її втілення. У цій Концепції розглянуті основні стратегії та принципи соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.

Проте варто пам'ятати, що всі ці нормативно-правові акти носять виключно рекомендаційний характер, тобто кожна компанія приймає самостійне рішення щодо дотримання або недотримання у своїй діяльності принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Деякі принципи КСВ знайшли своє відображення в Законах та підзаконних НПА, наприклад:

- Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [89] - регламентує принципи конкуренції на ринку,
- Закон України «Про рекламу» [90] - відображає принципи поведіння на ринку,
- Закон України «Про захист прав споживачів» [91] - декларує принцип захисту прав та інтересів споживачів від недобросовісних виробників,
- Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [92] - регламентує можливість отримання послуг державною мовою,
- Кодекс Законів України про працю [93] - визначає тривалість робочого дня, відпустки, описує права співробітників,
- Господарський кодекс України [82] - принципи та підходи до управління.

Згідно даних CSR Ukraine, Центр «Розвиток КСВ», 83% компаній в Україні впроваджують у своїй діяльності принципи КСВ, а 52% відсотки мають затверджені стратегії. [94]

Згідно з дослідженням «Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018» [95] найпоширенішими практиками впровадження КСВ є :

1. Трудові відносини: підвищення зарплати, виплата «білої» зарплати та премій. Можливість працювати за гнучким графіком, наявність програми з підвищення професійного зростання.

2. Антикорупційні практики: понад третина компаній не давала хабарів за розв'язання бізнес-проблем, і така ж їх частина готова віддати частку прибутку на ефективну боротьбу з корупцією.

3. Екологічна відповідальність: впровадження енергозберігальних технологій та програми сортування й утилізації відходів.

4. Відносини зі споживачами: підтримка якості продукту компанії, надання правдивої інформації та реклами, тренінги для персоналу з питань обслуговування споживачів, розроблена система управління скаргами та «гаряча лінія» (контакт-центр) для споживачів.

5. Розвиток регіонів: виділення коштів на благодійність та допомога в благоустрої території.

Також згідно з цим дослідженням, на думку респондентів, основними перешкодами впровадження програм/заходів з КСВ стали: нестабільна політична ситуація в країні, недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, податковий тиск та брак коштів. Тобто можна зробити висновок, що для пошкваллення подальшого розвитку КСВ в Україні необхідно підвищувати обізнаність громадян та розробити введення пільг для компаній які дотримуються принципів КСВ.

Також варто розглянути нормативно-правове забезпечення соціального інвестування.

Згідно Закону України «Про інвестиційну діяльність» [96] «інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти

підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект.

Такими цінностями можуть бути:

- кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери (крім векселів);
- рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності);
- майнові права інтелектуальної власності;
- сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих ("ноу-хау");
- права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права;
- інші цінності.»

Інвестиційну діяльність можуть проводити громадяни, недержавні підприємства, господарські асоціації, спілки і товариства, а також громадські та релігійні організації, органи державної влади та місцевого самоврядування, іноземні громадяни.

Також інвестор може самостійно визначати цілі, напрями, види й обсяги інвестицій, крім тих, інвестування в які заборонено законом.

Соціальне інвестування — це вкладення коштів у проекти, спрямовані на поліпшення умов проживання та розвиток соціальної сфери для населення країни.

Це особливо актуально в період активного розвитку бізнесу, коли основний акцент припадає на збільшення капіталу. Технології соціального інвестування допомагають забезпечити баланс між задоволенням соціальних потреб і бізнес-цілями. Вважається, що впровадження соціального інвестування на кожному підприємстві сприяє збільшенню продуктивності праці персоналу через реалізацію соціальних програм та гарантій.

Соціальні інвестиції складаються з:

1. Державного фінансування соціальної сфери;
2. Соціальної відповідальності компанії;
3. Інституційного інвестування, яке складається з соціально-відповідального інвестування та інвестиційних фондів.

Соціально-відповідальне інвестування передбачає вкладення фінансів інвестором не тільки з урахуванням матеріальних аспектів, а й соціальних, культурних та етичних.

2.2 Критерії оцінки ефективності забезпечення

Для оцінки ефективності діяльності соціально орієнтованого бізнесу необхідно проаналізувати статистичні дані. На жаль, через відсутність нормативно-правового регулювання важко визначити, які саме підприємства відносяться до соціальних, адже такий суб'єкт господарювання може бути створений у будь-якій організаційно-правовій формі.

Тому, на сьогоднішній день державної статистики за цим напрямом немає.

У 2017 році за фінансової підтримки Western NIS Enterprise Fund громадська організація «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI» видала Каталог соціальних підприємств 2016-2017 років. [97]

Варто зазначити, що у Каталозі представлені лише соціальні підприємства які по-перше відносять себе до соціальних, а по-друге відповідають наступним критеріям:

- 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.

У каталозі представлено 150 соціальних підприємств в Україні. Протягом періоду з 2008 по 2017 рік було засновано 112 соціальних підприємств, із яких 66 було зареєстровано у 2015-2016 роках. Перший Каталог соціальних підприємств України, опублікований у 2013 році, містив інформацію лише про 41 соціальне підприємство.

Згідно з аналітичним звітом, який був підготовлений групою експертів у галузі права, економіки та соціально-політичних наук для проекту «EU4Youth - Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні» [98], за даними базового дослідження від 2020 року та аналізу інших аналітичних та статистичних джерел, в Україні наразі працює близько 1000 підприємств, які можна віднести до соціальних.

Послідовний ріст кількості соціальних підприємств протягом останніх 6 років (82%) є реакцією на прояви соціально-економічної кризи, спричиненої політичними та геополітичними подіями, такими як військовий конфлікт на сході України, анексія Криму, зростання числа осіб, що потребують соціальної підтримки (біженці з Криму та Донбасу, ветерани АТО), економічна стагнація, збільшення інфляції тощо. Ця ситуація породила гостру потребу у пошуку альтернативних джерел фінансування та допомоги для вирішення соціальних проблем найбільш вразливих груп громадян. Створення нових соціальних підприємств стало інструментом, який частково допомагає вирішити ці соціальні проблеми.

Графічно, динаміку розвитку соціального підприємництва в Україні можна представити наступним чином:

» ОРІЄНТОВНА ДИНАМІКА РОСТУ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

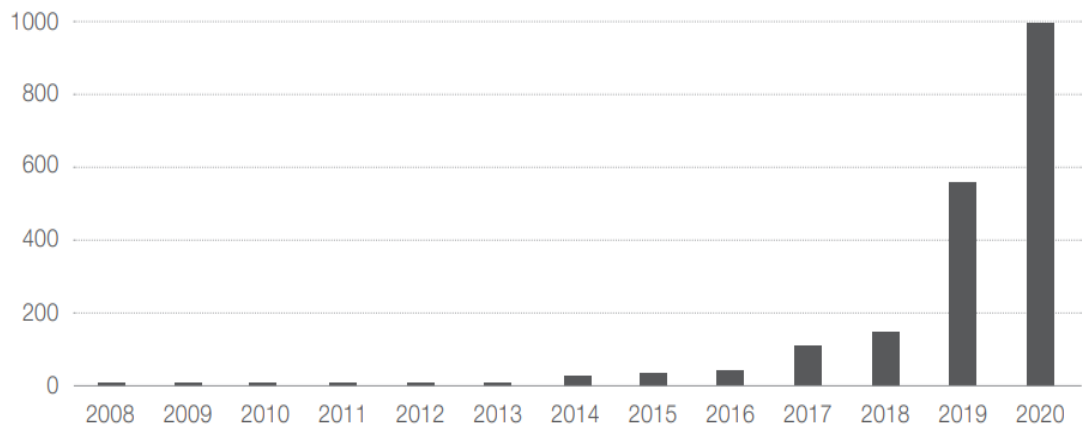


Рис. 2.9. - Орієнтовна динаміка росту соціальних підприємств 2008-2020рр
Джерело: складено автором на основі [97]

Згідно Рисунок 2.9., можна зробити висновок, що 78 соціальних підприємств мали менше ніж 5 осіб, 26 мали від 6 до 10 осіб, у 15 зареєстровано 11-20 офіційно зайнятих. Тільки у чотирьох соціальних підприємствах працювало понад 100 осіб. 10 соціальних підприємств існували виключно завдяки підтримці волонтерів.

Чисельність співробітників, осіб

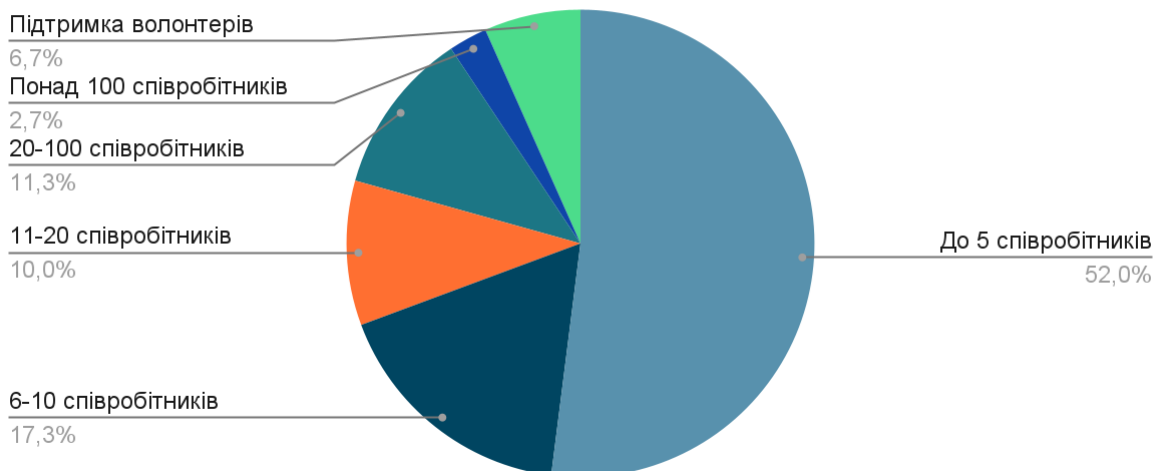


Рис. 2.10. - Чисельність співробітників соціальних підприємств
Джерело: складено автором на основі [97-99]

Щодо організаційно-правового статусу соціального підприємства, то розподілення наступне:

- фізичні особи-підприємці (ФОП) – 26%;
- приватне підприємство – 16%;
- громадська організація – 14%;
- товариство з обмеженою відповідальністю – 13%;
- сільськогосподарський кооператив – 13%;
- благодійні організації – 8%;
- інші – 12%.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

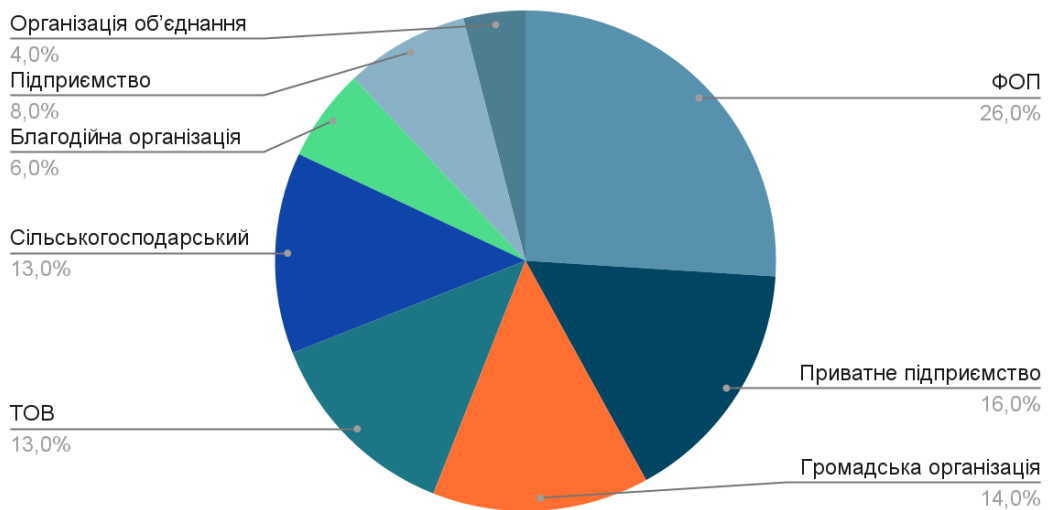


Рис. 2.11. - Організаційно-правові форми соціальних підприємств

Джерело: складено автором на основі [97-99]

За дослідженням 2020 року, в Україні налічується близько 1000 підприємств, що вважаються соціальними. Основним механізмом формування нових соціальних підприємств стала економічна спільнота нових соціально вразливих груп населення, таких як внутрішньо переміщені особи, переселенці з Криму, учасники АТО, що об'єдналися в прагненні вирішення власних соціальних та економічних проблем.

Географічно соціальні підприємства розташовані наступним чином: найбільша кількість знаходиться у м. Київ (20%), Львівській (10%), Полтавській (6%), Донецькій (6%), Київській (5%), Запорізькій (5%), Харківській (4%) областях. Найменша кількість соціальних підприємств знаходиться у Волинській області.

Однією з найважливіших ознак соціального підприємства є його соціальна місія, яка має бути визначена та задекларована.

Більшість соціальних підприємств формулюють свою соціальну місію у статуті (46%) або роблять це через відкриту публічну декларацію (19%). Також поширеною практикою є декларування соціального змісту своєї роботи або співпраці у різноманітних договірних документах (угодах про співпрацю, меморандумах, договорах тощо) – 17%. Інші 9% підприємств зазначили свою місію у документах загальних зборів. Слід відзначити, що 9% соціальних підприємств призналися, що наразі не заявили про свою соціальну місію.

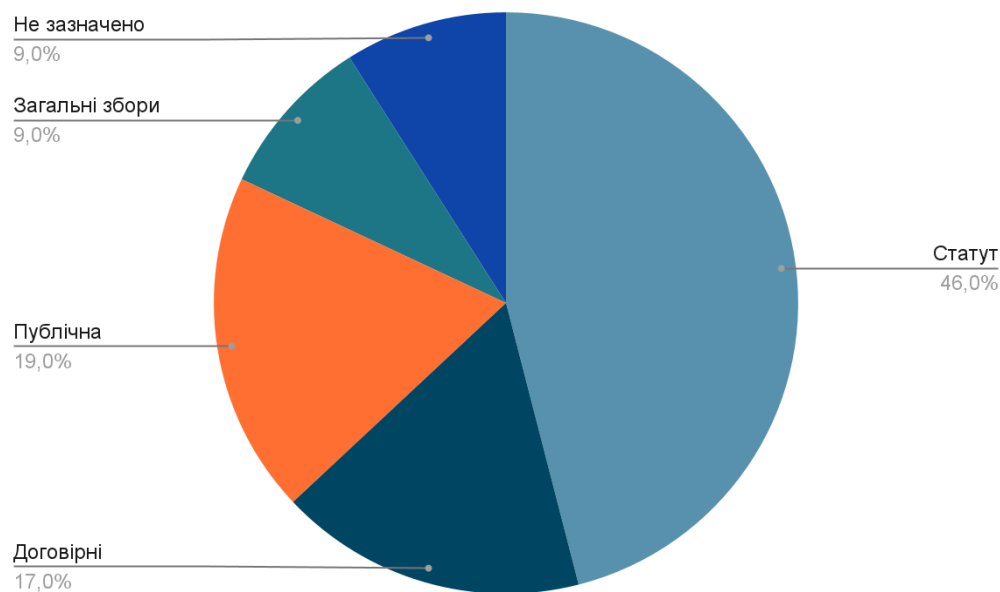


Рис. 2.12. - Декларація соціальної місії

Джерело: складено автором на основі [97-99]

Місія більшості вітчизняних соціальних підприємств належить до соціальної сфери:

- працевлаштування соціально вразливих груп населення;
- розбудова сприятливого середовища для розвитку місцевих громад;
- формування здорового способу життя;
- вирішення актуальних екологічних проблем чи покращення екологічного стану території. [100]

Соціальних підприємства фінансуються з наступних джерел:

- прибуток від власної підприємницької діяльності;
- гранти;
- кредитні кошти;
- внески спонсорів.

На основі аналізу джерел фінансування можна зробити висновок, що на 75% соціальні підприємства фінансуються за рахунок власних коштів, а на 15% за допомогою грантів та спонсорських внесків.

За допомогою кредитних коштів фінансується приблизно 10% підприємств. Проте через високі відсоткові ставки за кредитами, суб'єкти господарювання не дуже охоче залучають їх до своєї діяльності. Щодо інших джерел фінансування, це можуть бути благодійні внески, нематеріальна підтримка партнерів, інвестиції засновників та інше.

Наразі офіційно публікує свою фінансову звітність тільки третина соціальних підприємств, тому на основі опублікованих даних можна зробити висновок, що в середньому одне соціальне підприємство у 2019 році отримувало прибуток у розмірі 40 179 грн.

Соціальні підприємства розподіляють та використовують прибуток згідно їх установчих документів. Зазвичай, прибуток цих підприємств спрямовується на реінвестування, соціальні програми та заходи, або частково на обидва ці напрямки. Соціальні підприємства, які оприлюднили свої фінансові звіти за 2019 рік, вказують, що на початку свого існування більшу частку прибутку вони спрямовували на реінвестування, а лише 24-26% – на соціальні цілі або іншу статутну діяльність.

На основі узагальнених звітних даних та припустимої величини отриманого доходу можна передбачити середню величину річного товарообороту на одне соціальне підприємство – 1500 тис. грн. При умові податкового навантаження у 35%, щорічні податкові платежі з кожного соціального підприємства будуть становити 525 тис. грн. Приймаючи до уваги всі соціальні підприємства, очікувана сума річних податкових платежів становить 525 млн. грн. (0,08% від усіх річних податкових надходжень у державний бюджет).

Найбільш поширеними системами оподаткування серед соціальних підприємств є: загальна система оподаткування (29%), оподаткування під статусом "неприбуткової організації" (25%), спрощена система оподаткування (єдиний податок) для третьої (22%) та другої груп (19%), а близько 3% соціальних підприємств оподатковуються за спрощеною системою оподаткування – першою групою. Деякі соціальні підприємства вказали варіанти оподаткування, такі як пільговий режим оподаткування, фіксований сільськогосподарський податок і т. д.

Зауважимо, що лише 41% соціальних підприємств оприлюднили свої дані про сплачені податки за 2019 рік. Найбільша частка підприємств сплатила податок у розмірі 10-15 тис. грн. 22% соціальних підприємств сплатили податок у сумі від 20 до 50 тис. грн., а 21% сплатили до 10 тис. грн. Також, є 3% соціальних підприємств, які за 2019 рік сплатили понад 500 тис. грн. Найбільша сума податку, що була сплачена за 2019 рік становить 1 307 600 грн.

Сума сплачених податків

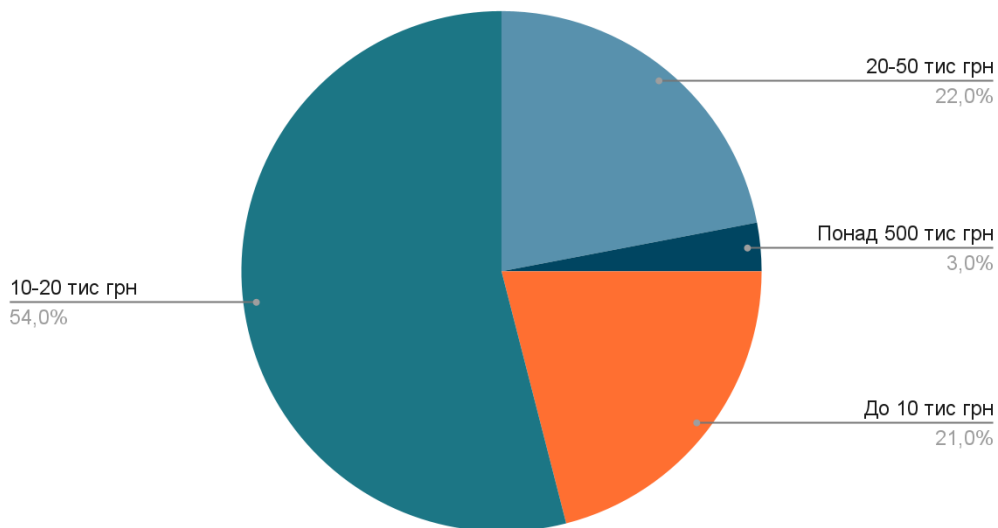


Рис. 2.13. - Сумма сплачених податків

Джерело: складено автором на основі [97-98]

За допомогою метода кореляційного прогнозування та пропорційної екстраполяції показників орієнтовних сум річних валових обсягів, сум податкових та інших необхідних відрахувань, сум приблизних прибутків можна визначити приблизну середню величину річного внеску одного соціального підприємства в економіку України у середньому розмірі 2 850 тис. грн.

Таким чином, внесок соціального бізнесу у економіку країни може становити приблизно 3 млрд. грн. на рік (або приблизно 106 млн. доларів США, або майже 90 млн. євро). Даний внесок становить 0,08% ВВП України. При урахуванні частки задіяних трудових ресурсів та прогнозованого кінцевого продукту, можна зробити висновок, що орієнтовна продуктивність економічної діяльності соціального бізнесу в Україні на 9% вища, ніж середня по країні. Важливо зазначити, що головною метою діяльності соціального бізнесу не є здобуття прибутку та досягнення високих економічних показників, а вирішення соціальних проблем.

Експерти вважають, що соціальне підприємство в Україні можна вважати успішним, якщо воно відповідає наступним критеріям: (1) чітко визначена

соціальна місія; (2) наявність прибутку та його розподіл або самоокупність; (3) публічна звітність соціального підприємства про свою діяльність.

Іноді додатково включають такі фактори як гідна заробітна плата, сприятлива атмосфера в колективі, висока якість продуктів та послуг. Також, деякі експерти підкреслюють важливість особистості самого соціального підприємця, який повинен володіти лідерськими якостями та вміти генерувати інноваційні ідеї.

Основними особливостями розвитку соціального підприємництва в Україні є наступні: переважна кількість з них розташована у великих містах; діяльність направлена на локальний рівень або, рідше, на національний; найпоширеніша організаційно-правова форма — ФОП; більша кількість СП працює від 1 до 3 років.

Щодо розміру колективів у соціальних підприємствах, майже половина з них, які були об'єктом дослідження, мають менше 10 працівників. У той час, колективи, в яких працює 50 або більше осіб, частіше зустрічаються у соціальних підприємствах, які спрямовані на працевлаштування осіб з вразливих груп населення, таких як люди з інвалідністю, внутрішньо переміщені особи та ветерани збройних конфліктів. Основними напрямками роботи є працевлаштування та підтримка діяльності організації. Меншу частку становлять підприємства, спрямовані на отримання доходу для окремих груп населення та надання певних послуг.

Досягнення цілей соціального підприємства здійснюються різними способами. Частіше за все вони займаються продажем власних товарів та підтримують соціальні, культурні та спортивні заходи, проекти та програми. На другому місці за популярністю є працевлаштування представників вразливих груп. Деякі підприємства також надають підтримку закладам та організаціям, спрямованим на допомогу вразливим групам населення, та продають товари, які вироблені ними самостійно. Цільова діяльність соціальних підприємств охоплює різні галузі бізнесу, проте переважають швейне виробництво та виготовлення товарів хенд-мейд.

Щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні, то в концепцію корпоративної соціальної відповідальності входить 7 головних аспектів: корпоративне управління, права людини, трудові відносини, довкілля, чесні операційні практики, відносини зі споживачами, розвиток громад.

На думку директорки Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» Марини Саприкіної, «корпоративне управління – це те, як управляється компанія. Тут мова про політику компанії, її цінності, етику». [101]

Права людини в українському бізнесі часто звучать як: «Ми не порушуємо права людини». Це стосується основних трудових прав: відпустка, нормований робочий день, доплати за перепрацювання, наявність профспілки.

Трудові відносини включають розвиток співробітників та інвестиції компанії в охорону здоров'я та безпеку працівників.

Довкілля відображає, як компанія та її продукція впливають на навколишнє середовище.

Чесні операційні практики показують, як компанія діє на ринку, чи бере участь у змовах та як Антимонопольний комітет розглядає її діяльність.

Відносини зі споживачами стосуються того, наскільки компанія турбується про наше здоров'я як споживачів та як веде маркетинг.

Розвиток і підтримка громад особливо важливі для великих компаній, які працюють у регіонах, де розвиток напряму залежить від їхньої діяльності.

Ці сім аспектів можна звести до трьох основних принципів корпоративної соціальної відповідальності: люди, планета і економічний добробут компанії та спільнот (People, Planet, Prosperity).

Згідно дослідження у 2018 році 83% українських компаній впроваджували політику корпоративної соціальної відповідальності. Досліджувались підприємства з 24 областей України. [95]

За розміром та чисельністю працівників підприємства розподіляються наступним чином:

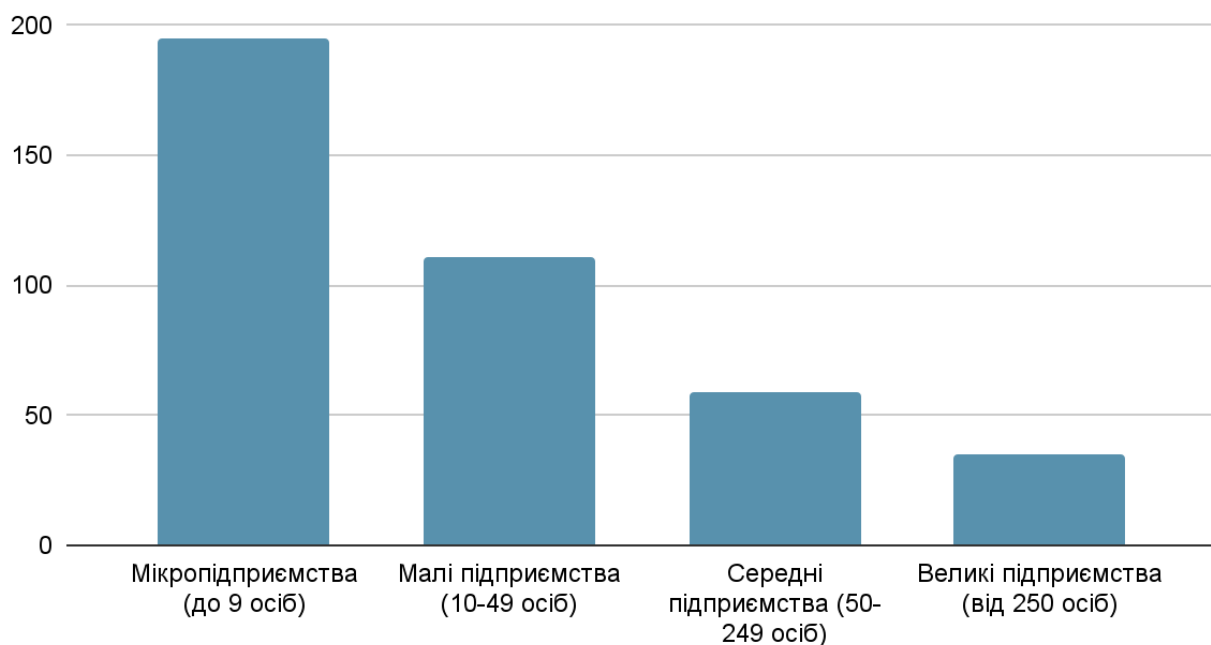


Рис. 2.14. - Розмір підприємств КСВ

Джерело: складено автором на основі [95]

Щодо розподілення за регіонами, то ситуація наступна:

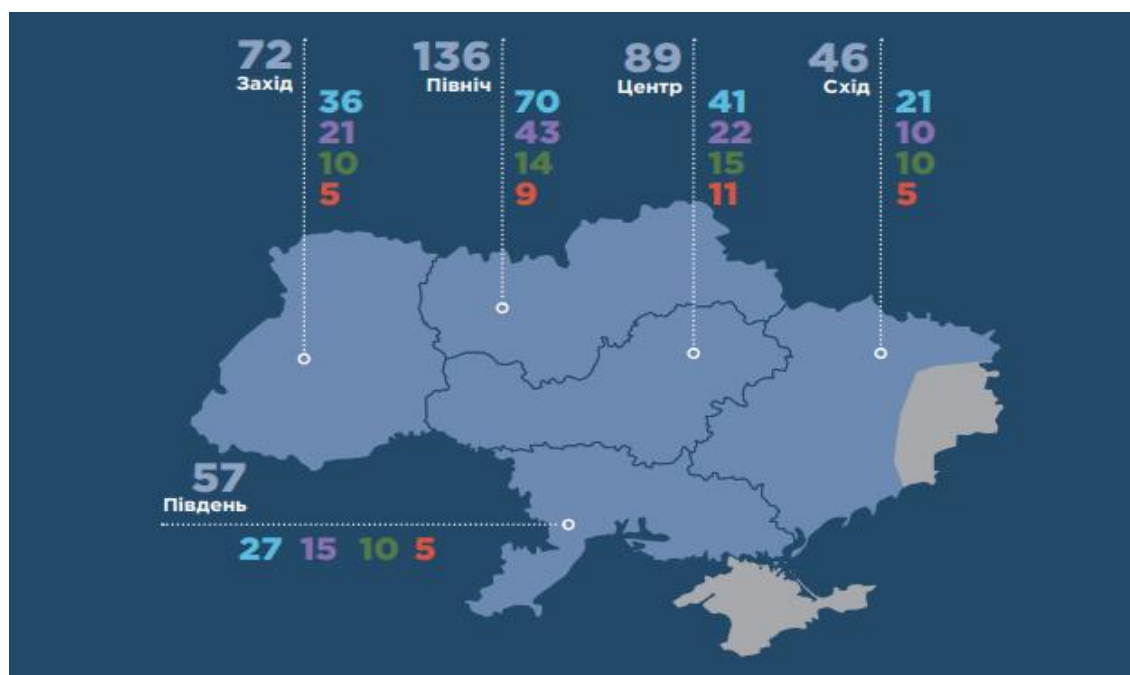


Рис. 2.15. - Розподілення підприємств КСВ за регіонами

Джерело: складено автором на основі [95]

Незважаючи на те, що 83% компаній реалізують КСВ, лише в половині (52%) з них є задокументована стратегія соціальної відповідальності і вдвічі менша кількість компаній закладає бюджет на її реалізацію (24%). Приблизно у 30% компаній бюджет на соціальну відповідальність збільшився за останні 3 роки. 12% компаній мають систему показників для вимірювання результативності політики соціальної відповідальності а 13% звітують про виконання ініціатив.

Наразі український великий бізнес готовий до впровадження передових моделей соціальної відповідальності, заснованих на цілях сталого розвитку, і здатний реалізувати значні та довгострокові соціальні проекти. Підтвердженням цьому є конкурс кейсів з КСВ, проведений Центром «Розвиток КСВ» [102].

За результатами збірки «Практики КСВ в Україні 2019» було опубліковано 34 кейси у форматі «проблема-рішення-результат», представлені 32 українськими компаніями, які взяли участь у Конкурсі кейсів з корпоративної соціальної відповідальності протягом вересня-листопада 2019 року.

Згідно дослідження Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 рр [103] було проаналізовано 97 звітів в (57 Звітів з прогресу для Глобального договору ООН 28 компаній і 40 нефінансових звітів 21 компанії з числа 100 компаній рейтингу 200 найбільших компаній у 2015 р., складеного БізнесЦензор, та 100 найбільших платників податків в Україні у 2017–2019 рр. за даними Державної податкової служби) 47 українських компаній.

Найчастіше український бізнес впроваджує практики, які спрямовані на досягнення трьох цілей:

- Ціль 4 «Якісна освіта»;
- Ціль 8 «Гідна праця та економічне зростання»;
- Ціль 3 «Міцне здоров'я і благополуччя».

Найменше реалізуються проекти пов'язані з такими цілями:

- Ціль 2 «Подолання голоду, розвиток сільського господарства»;
- Ціль 14 «Збереження морських ресурсів».

Таблиця 2.2

Реалізація компаніями КСВ Цілей сталого розвитку

Ціль сталого розвитку	Кількість поданих кейсів на Конкурс КСВ-кейсів, 2016–2019 рр.	Кількість згадок про Цілі сталого розвитку в нефінансових звітах компаній за 2015–2019 рр.
1	2	3
Ціль 1. Подолання бідності	2	25
Ціль 2. Подолання голоду, розвиток сільського господарства	-	16
Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя	23	59
Ціль 4. Якісна освіта	30	62
Ціль 5. Гендерна рівність	2	52
Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови	-	41
Ціль 7. Доступна та чиста енергія	-	41
Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання	14	70

Продовження Таблиці 2.2

1	2	3
Ціль 9. Промисловість, інновації та інфраструктура	1	48
Ціль 10. Скорочення нерівності	12	31
Ціль 11. Сталий розвиток міст та громад	9	41
Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво	8	52
Ціль 13. Пом'якшення наслідків зміни клімату	2	40
Ціль 14. Збереження морських ресурсів	-	16
Ціль 15. Захист та відновлення екосистем суші	3	45
Ціль 16. Мир, справедливість та сильні інститути	7	33
Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку	3	43

Джерело: складено автором на основі [103-104]

Більшість українських компаній реалізують освітні програми з навчання програмування, професійної орієнтації та розвитку м'яких навичок; передають медичному закладу обладнання та ліки для лікування хворих дітей; здійснюють програми стажування та працевлаштування для молоді та інші ініціативи. Переважна частина практик корпоративної соціальної відповідальності спрямована на дітей та молодь, а значна частка — на працівників.

У 2020-2021 році Команда Pro Bono Club Ukraine створила каталог КСВ-ініціатив, щоб посилити ефективність співпраці бізнесу з громадським сектором. Було проаналізовано діяльність 44 компаній щодо КСВ-ініціатив.

Компанії працюють у таких сферах:

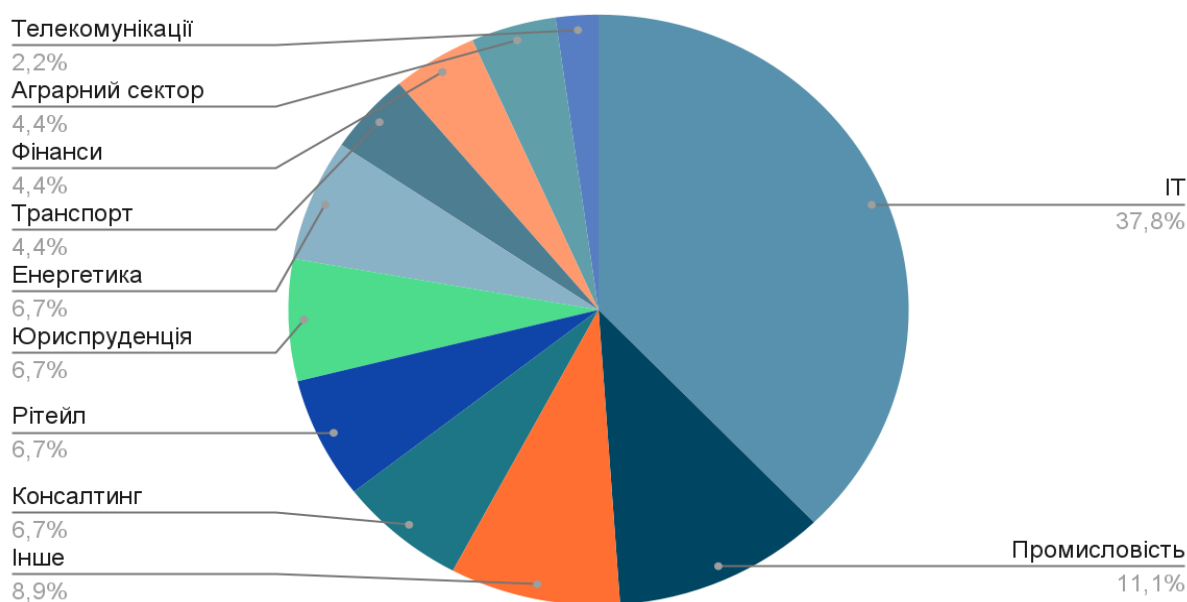


Рис. 2.16. - Розподілення підприємств КСВ за сферами

Джерело: складено автором на основі [95, 103-105]

Таким чином більшість компаній, які реалізують КСВ-ініціативи, це ІТ-компанії з іноземним капіталом або головним офісом за кордоном, на другому місці знаходяться великі промислові підприємства (11%).

Компанії реалізують наступні проекти:

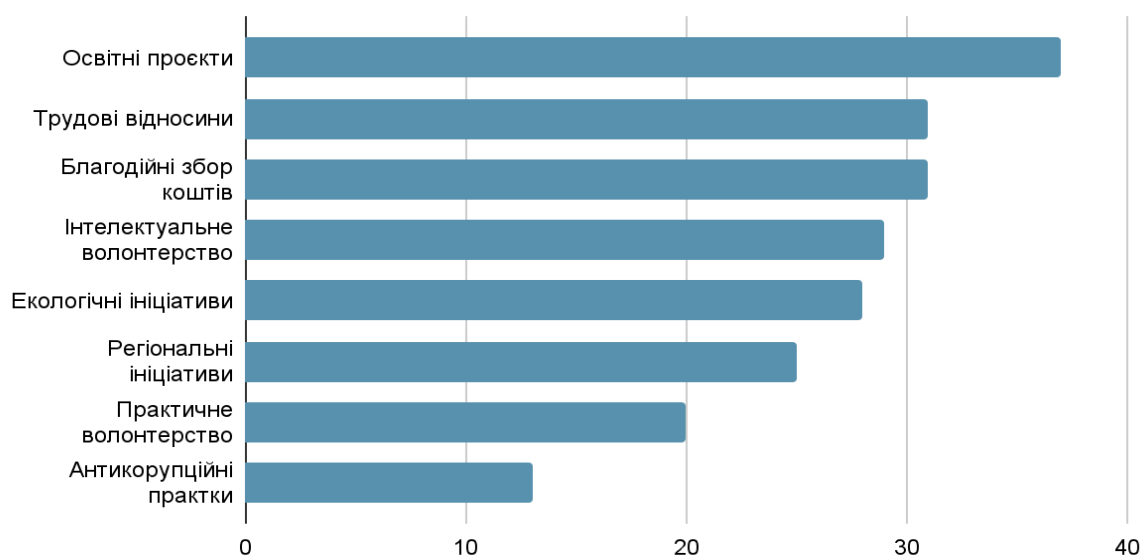


Рис. 2.17. - Розподілення підприємств КСВ за проектами

Джерело: складено автором на основі [95, 103-104]

Більшість компаній реалізують освітні проекти (курси, семінари, тренінги), поліпшують умови праці, збирають кошти для благодійних проектів (допомога притулкам, дитячим будинкам тощо).

Також згідно проведеного дослідження 57% опитаних компаній мають окремий бюджет для проведення КСВ-проектів, а 43% з них навіть планують його збільшувати. Об'єм бюджету складає від 7000 до 370 млн грн.

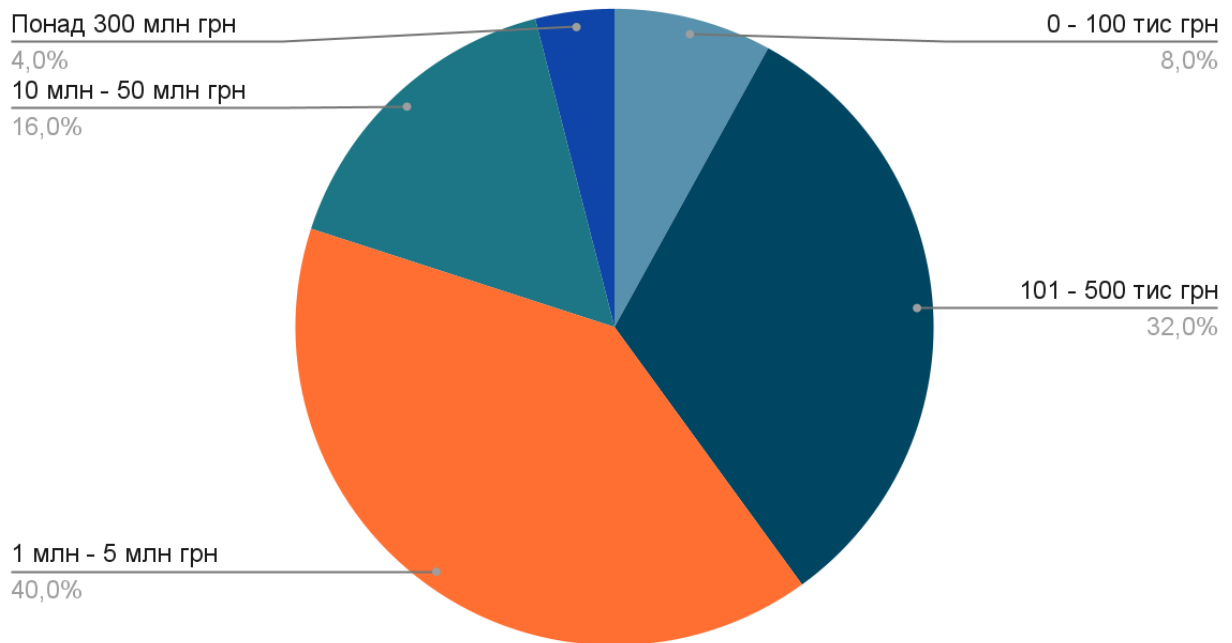


Рис. 2.18. - Бюджет підприємств на КСВ ініціативи
Джерело: складено автором на основі [95, 103-104]

В цілому, КСВ ще не стала невід'ємною складовою організаційного управління в компаніях. Тільки половина компаній, які мають політику КСВ, мають стратегію соціальної відповідальності, лише чверть має відведений бюджет на реалізацію програм/заходів у цьому напрямку, а більшість компаній покладає на керівництво пошук ідей для програм з КСВ та розробку планів їх реалізації. [104]

Щодо діяльності у сфері соціального інвестування, то вважається що, технічний рівень і ефективність виробництва, а також соціальний розвиток, рівень і якість життя населення напряму залежать від соціального інвестування.

Корпоративна та бюджетна політики щодо збільшення інвестиції в галузі соціальної інфраструктури прямо впливають на умови життя людей.

Два основних аспекти соціальних інвестицій можна розглядати наступним чином:

1. Соціальні інвестиції в рамках корпоративної соціальної відповідальності: Цей аспект включає соціальну діяльність підприємства, спрямовану на зовнішнє середовище, з метою підвищення свого іміджу перед громадянським суспільством і надання соціальних благ для працівників підприємства. Це може включати такі ініціативи, як благодійність, екологічна діяльність, спонсорство мистецтва або спорту, а також соціальні програми для місцевих спільнот.

2. Інвестиції в людський капітал: Цей аспект передбачає вкладення в підвищення професійних навичок та знань працівників з метою підвищення продуктивності праці та загального розвитку команди. Це може включати навчання та розвиток персоналу, програми менторства та коучингу, фінансування стажувань та освітніх заходів, спрямованих на покращення навичок та здібностей працівників. [106] До інвестицій у людський капітал відносять витрати на освіту протягом життя, охорону здоров'я, виховання гуманітарних складників людського капіталу, посилення мотивації працівників, міграцію працівників, пошук економічно важливої інформації. [107]

Окремої статистики щодо соціального інвестування немає, але можливо проаналізувати динаміку інвестицій у соціальну сферу. Динаміка інвестицій наведена у Таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності за 2015-2022 роки (млн.грн)

Вид діяльності	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	13942.4	22380.8	32843.9	44597.8	54305.5	62303.6	73982.9	36530.8
Освіта	1540.1	2257.3	3492.5	4460.0	4788.7	3740.2	3866.5	2008.6
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	2367.2	4479.0	6708.3	8138.8	9484.6	14835.6	21779.2	17412.9
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	1044.3	969.9	1649.2	3663.2	4146.2	2772.8	4423.1	2152.6

Джерело: сформовано автором на основі [108]

Обов'язкове соціальне страхування

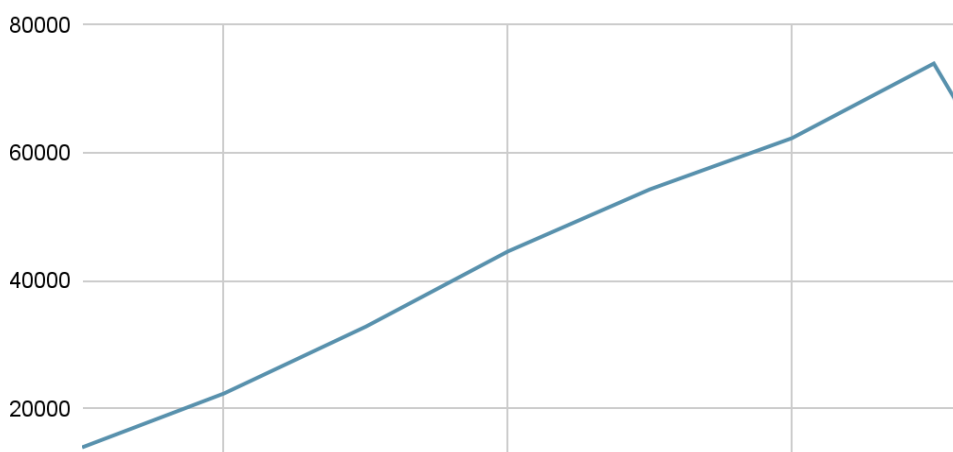


Рис. 2.19. - Інвестиції на обов'язкове соціальне страхування 2015-2022рр

Джерело: складено автором на основі [108]

Освіта

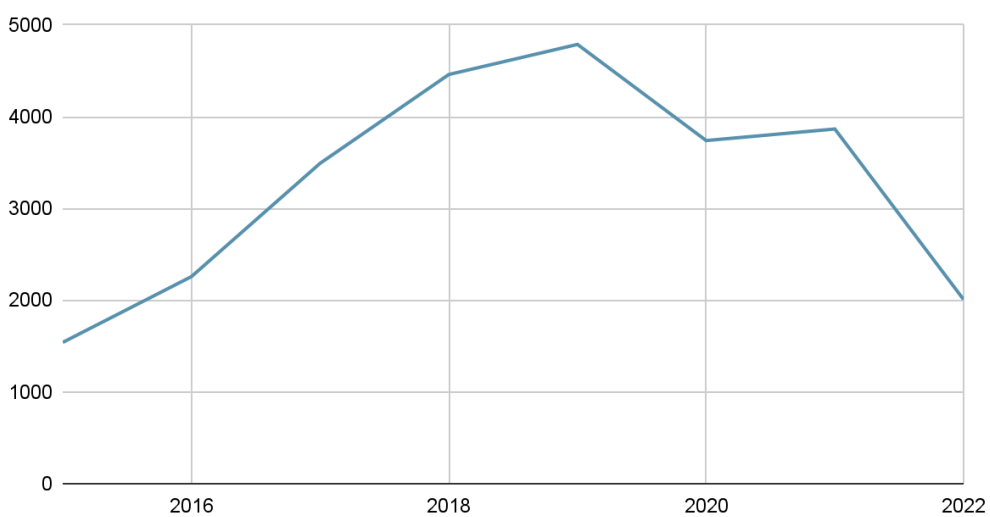


Рис 2.20. -Інвестиції у освіту 2015-2022рр

Джерело: складено автором на основі [108]

Охорона здоров'я

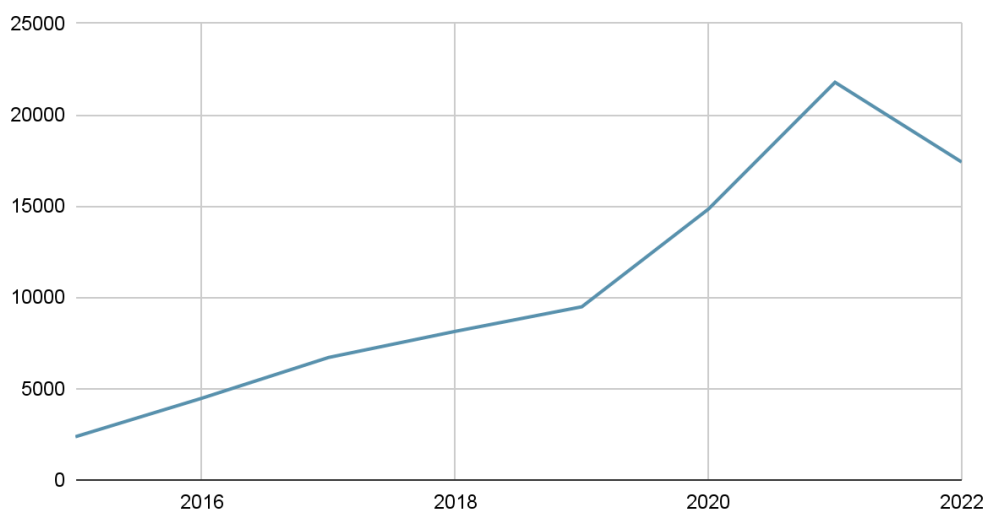


Рис. 2.21. - Інвестиції у охорону здоров'я 2015-2022рр

Джерело: складено автором на основі [108]

Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок

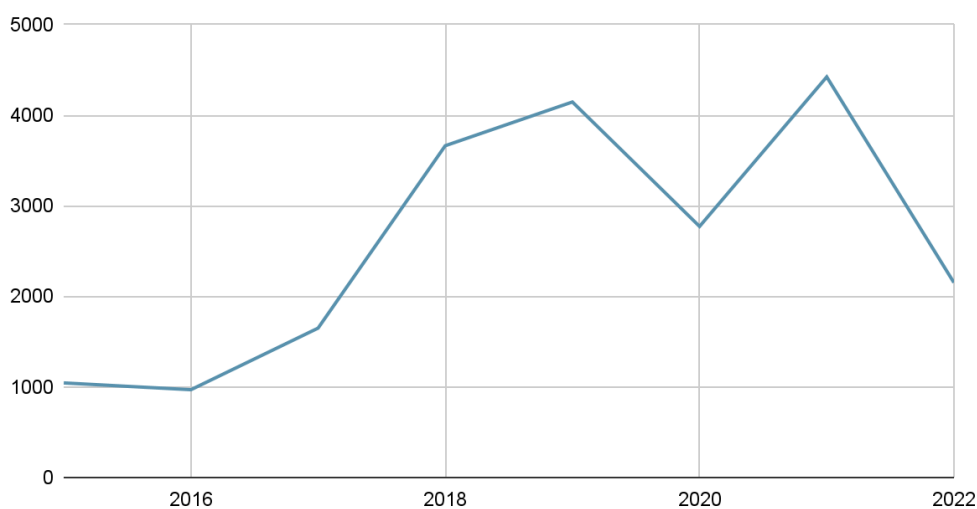


Рис. 2.22. - Інвестиції у спорт, мистецтво та відпочинок 2015-2022рр

Джерело: складено автором на основі [108]

Таким чином, інвестиції у освіту протягом 2015-2020 років зросли у 3 рази, а за 2021-2022 зменшились на 60%.

Сума капітальних інвестицій на охорону здоров'я протягом 2015-2021 років збільшились у 9 разів, а у 2022 році впали на 21%.

Інвестування у мистецтво, спорт, розваги та відпочинок поступово зростали упродовж 2015-2019 років та почали зменшуватись у 2022 році.

Виходячи з даних таблиці та графіків, можна зробити висновок, що кількість інвестицій у соціальну сферу у 2022 році почала знижуватись порівняно з 2021 роком. Це пов'язано у першу чергу з поточною ситуацією у країні.

Наразі політика соціального інвестування втрачає свій потенціал. Щоб вирішити цю проблему, потрібен більш вдосконалений управлінський підхід до державного регулювання фінансових інвестицій на всіх рівнях бюджетної ієрархії - від національного рівня до рівня місцевих громад. Це створить умови для бюджетної політики, яка буде відповідати сучасним умовам розвитку соціальної інфраструктури, та сприятиме розвитку суспільства і підвищенню якості життя громадян.

2.3 Перспективні моделі функціонування суб'єктів соціального підприємництва

З 2016 року інклюзивний процес визначення завдань ЦСР відбувався за чотирма напрямками: справедливий соціальний розвиток; стале економічне зростання та зайнятість; ефективне управління; екологічна рівновага та розбудова стійкості. Суспільне бачення розвитку України до 2030 року включає орієнтири, такі як підвищення добробуту та здоров'я населення, які забезпечуватимуться шляхом інноваційного розвитку економіки, заснованого на сталому використанні природних ресурсів. Такий підхід передбачає розвиток сучасних технологій, ефективне використання ресурсів та підтримку соціально-економічного розвитку, що сприятиме покращенню якості життя громадян та забезпечить сталість та стійкість розвитку країни.

Для досягнення вищезазначених цілей та реалізації сталого розвитку регіонів варто залучати соціально орієнтовані підприємства і використовувати наступні моделі функціонування:

1. Модель «зеленої» економіки. Завдяки заходам з енергозбереження та використанню енергоефективних практик очікується значна зниження енергоємності валового внутрішнього продукту. Частка виробництва екологічно чистої енергії продовжуватиме зростати, заміщаючи передусім традиційні технології, що дозволить значно зменшити викиди парникових газів у атмосферу. Це сприятиме покращенню якості життя населення без шкоди довкіллю і буде значним фактором, що впливає на збільшення тривалості життя.

2. Державно-приватне партнерство (далі – ДПП) є одним з ефективних інструментів залучення додаткових інвестицій у державний сектор економіки України та одночасно з цим є дієвим механізмом, який сприяє розвитку відносин між державними органами та бізнесом. Держава гарантує додержання встановлених законодавством України умов для провадження діяльності приватних партнерів, пов'язаної з виконанням договорів, укладених у рамках ДПП, додержання прав і законних інтересів приватних партнерів. [109]

3. Концесія – це одна з форм здійснення державно-приватного партнерства, що передбачає надання концесіодавцем концесіонеру права на створення та/або будівництво (включаючи нове будівництво, реконструкцію, реставрацію, капітальний ремонт та технічне переоснащення), та/або управління (включаючи користування, експлуатацію, технічне обслуговування) об'єктом концесії, та/або надання суспільно значущих послуг у порядку та на умовах, визначених концесійним договором. Крім того, концесія передбачає передачу концесіонеру переважної частини операційного ризику, включаючи ризик попиту та/або ризик пропозиції.

4. Циркулярна економіка — альтернативна економічна модель, що заснована на реалізації замкнутих циклів в процесах виробництва, обігу та споживання. Перевагами циклічної моделі є скорочення споживання сировинних і енергетичних ресурсів, зниження негативного впливу на навколишнє середовище, мінімізація відходів та стимулювання інновацій. [110]

5. Розвиток соціального підприємництва. Необхідно розробити та впровадити нормативно-правові акти, які б визначали особливості діяльності

саме соціального підприємства, а також забезпечити розробку пільгових податкових умов. [111]

6. Корпоративна соціальна відповідальність. Розробити та запровадити єдину та прозору систему звітування, впровадити показники для вимірювання соціального ефекту.

7. Імпакт-інвестування. Цей підхід, спрямований на досягнення вимірюваних позитивних соціальних і екологічних впливів, що призводять до суттєвих позитивних змін. Ця форма інвестування з'явилася нещодавно як значна можливість мобілізації капіталу в інвестиції, спрямовані на досягнення вимірюваного позитивного соціального, економічного або екологічного впливу поряд з фінансовою віддачею. Зростаюча кількість інвесторів включають імпакт-інвестиції до своїх портфелів. Більшість таких інвесторів використовують Цілі сталого розвитку та інші референтні показники, щоб проілюструвати зв'язок між їхніми інвестиціями та суспільним впливом.[112]

Завдяки впровадженню та використанню цих моделей можливо досягти таких орієнтирів, як добробут та здоров'я населення, що забезпечуватимуться інноваційним розвитком економіки, побудованим на сталому використанні природних ресурсів. Детальний огляд перспективних моделей функціонування здійснено у наступному розділі.

Також до перспективних моделей можна віднести діджиталізацію та цифровізацію соціального підприємства. Адже діджиталізація відображає перехід до використання цифрових технологій у всіх сферах діяльності, стає ключовим фактором у підвищенні ефективності та конкурентоспроможності соціальних підприємств.

Для забезпечення конкурентоспроможності, ефективності та стабільності компанії необхідно володіти та використовувати сучасні інформаційні технології, які дозволяють створювати, зберігати, переробляти і забезпечувати ефективні способи подання інформації споживачеві.

Інформаційні технології удосконалюють діяльність компанії у наступних напрямках:



Рис. 2.23. - Напрямки впровадження ІТ-рішень на підприємстві
Джерело: розроблено автором

1. Автоматизація процесів. ІТ можуть автоматизувати багато рутинних завдань, звільняючи час співробітників для більш складних і креативних завдань. Це стосується усього: від обробки даних до управління клієнтськими базами та інвентаризації.

2. Покращення комунікації. Інструменти для спілкування, такі як електронна пошта, миттєві повідомлення, відеоконференції, дозволяють співробітникам ефективно взаємодіяти між собою, а також з клієнтами та постачальниками, незалежно від їхнього місцезнаходження.

3. Підвищення ефективності управління даними. Системи управління базами даних, хмарні технології та інші інструменти допомагають зберігати, аналізувати та управляти великими обсягами даних, підвищуючи ефективність прийняття рішень.

4. Оптимізація логістики. ІТ дозволяють оптимізувати ланцюги поставок та процеси доставки, забезпечуючи більшу прозорість та контроль над рухом товарів.

5. Маркетинг та продажі. Інструменти цифрового маркетингу, такі як SEO, соціальні мережі, email-маркетинг, інтернет-реклама дозволяють більш ефективно залучати клієнтів та аналізувати ефективність маркетингових кампаній.

6. Забезпечення безпеки інформації. ІТ забезпечують захист конфіденційної інформації та даних компанії від несанкціонованого доступу та кіберзагроз.

7. Розвиток нових продуктів та послуг. ІТ дозволяють швидше реагувати на зміни ринкових потреб та швидше розробляти нові продукти або послуги, що відповідають цим вимогам.

8. Підвищення загальної продуктивності. Завдяки ІТ, компанії можуть виконувати більш складні завдання за менший час, що збільшує їх загальну продуктивність та конкурентоспроможність.

9. Екологічна стійкість. ІТ допомагають компаніям реалізовувати більш стійкі та екологічно чисті практики, такі як віртуальні зустрічі, що зменшують потребу в ділових поїздках. [113]

Також розвиток соціально орієнтованого підприємництва можна забезпечити за допомогою таких заходів:

- Промоція соціального підприємництва в суспільстві як засобу вирішення соціальних та екологічних проблем;
- Розвиток нормативно-правової бази для підтримки соціального підприємництва;

- Забезпечення стабільного фінансування для соціальних підприємств;
- Надання доступу соціальним підприємствам до ринків;
- Підтримка бізнес-послуг для розвитку соціального бізнесу.

Одним із перспективних напрямків соціально-орієнтованого бізнесу є поліпшення екологічного стану та запобігання його погіршенню, оскільки діяльність людини часто завдає значної шкоди природним ресурсам, особливо через функціонування великих підприємств. Для вирішення цих питань необхідно вжити таких заходів:

- Створення ефективної нормативно-правової та законодавчої бази для регулювання впливу підприємств на довкілля;
- Впровадження контролю за шкідливими викидами;
- Модернізація основних підприємств з використанням сучасного інноваційного обладнання;
- Запровадження державних та громадських ініціатив щодо свідомого споживання;
- Створення центрів сортування та переробки відходів.

Висновки до розділу 2

Таким чином, на основі проведених у розділі 2 досліджень можна зробити наступні висновки:

1. Проаналізовано та розглянуто динаміку індикаторів цілей сталого розвитку. На основі показників, зроблено висновок, що проблемними залишаються питання гендерної нерівності, залучення до освіти дітей з інвалідністю та особливими потребами, безробіття, поводження з відходами та забезпечення централізованим водопостачанням сільського населення тощо. Досягнення ЦСР потребує глибоких соціально-економічних перетворень в

Україні та нового глобального партнерства та розвитку державно-приватного партнерства на регіональному рівні.

2. Досліджені та систематизовані навні організаційно-правові форми та податкові режими, які можуть бути використані для соціального підприємства. Найкращим варіантом для організації соціального підприємства є заснування громадського об'єднання зі статусом юридичної особи або у формі приватного підприємства чи ТОВ, залежно від обраної діяльності, очікуваного прибутку та кількості учасників.

3. Наведено та розглянуто нормативно-правові акти, які регулюють ініціативи корпоративної соціальної відповідальності. Для пошвидшення подальшого розвитку КСВ в Україні необхідно підвищувати обізнаність громадян та розробити введення пільг для компаній які дотримуються принципів КСВ.

4. Розглянуто принципи та законодавчі акти, якими регулюється соціально відповідальне інвестування. Соціально-відповідальне інвестування передбачає вкладення фінансів інвестором не тільки з урахуванням матеріальних аспектів, а й соціальних, культурних та етичних.

5. Проведено аналіз діяльності соціальних підприємств в Україні. Згідно аналітичному звіту, який був підготовлений групою експертів у галузі права, економіки та соціально-політичних наук для проекту «EU4Youth - Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні » за даними базового дослідження від 2020 р. та аналізу інших аналітичних та статистичних джерел, сьогодні в Україні працюють близько 1000 підприємств, які можна віднести до соціальних. Розглянуто їх організаційно-правовий статус, місії, розмір, географічне розташування.

6. Проаналізовано діяльність підприємств КСВ. Досліджено розподілення за чисельністю працівників, розглянуті кейси та цілі. Здебільшого українські компанії реалізують освітні заходи з навчання програмування, профорієнтації, формування soft skills; передають медичним закладам устаткування, ліки для лікування хворих дітей; реалізують програми стажування

і працевлаштування молоді тощо. Переважна більшість практик КСВ спрямована на дітей і молодь, доволі значна частина — на співробітників.

7. Розглянуто динаміку капітальних інвестицій у соціальну сферу за 2015-2022 роки. інвестиції у освіту протягом 2015-2020 років зросли у 3 рази, а за 2021-2022 зменшились на 60%.

8. Сума капітальних інвестицій на охорону здоров'я протягом 2015-2021 років збільшились у 9 разів, а у 2022 році впали на 21%. Інвестування у мистецтво, спорт, розваги та відпочинок поступово зростали упродовж 2015-2019 років та почали зменшуватись у 2022 році. Можна зробити висновок, що кількість інвестицій у соціальну сферу у 2022 році почала знижуватись порівняно з 2021 роком. Це пов'язано у першу чергу з поточною ситуацією у країні.

9. Охарактеризовано перспективні напрямки та моделі функціонування соціально орієнтованого бізнесу, такі як:

- зелена економіка;
- циркулярна економіка;
- державно-приватне партнерство;
- концесія;
- імпакт-інвестування.

10. Запропоновано напрямки діджиталізації підприємства для підвищення його конкурентоспроможності, ефективності діяльності, продуктивності, а також забезпечення більш високої якості продукції.

Висновки, які наведено у першому розділі представлені у публікаціях дисертаційної роботи [99, 111, 113], згідно переліка використаних джерел.

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТА ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ

3.1 Перспективні напрями розвитку соціально-орієнтованого бізнесу

У попередньому розділі було окреслено основні перспективні напрями розвитку соціально орієнтованого підприємництва. До таких напрямків відносяться:

- Модель «зеленої» економіки.
- Державно-приватне партнерство.
- Концесія.
- Циркулярна економіка.
- Впровадження нормативно-правових актів та розробка системи оподаткування для соціальних підприємств.
- Розробка нормативних актів для підприємств КСВ.
- Імпакт-інвестування.
- Діджиталізація.
- Підвищення ефективності факторів економіко-організаційного забезпечення.

1. Впровадження нормативно-правових актів та розробка системи оподаткування для соціальних підприємств.

Впровадження нормативно-правових актів та розробка системи оподаткування для соціальних підприємств може стати перспективним напрямком.

Як вже було зазначено у попередніх розділах, наразі в Україні немає нормативно-правових актів, які б чітко визначали поняття соціального

підприємства, описували його характеристики та відмінності від інших видів підприємств, а також визначали особливості організаційно-правової форми.

Існують декілька законопроектів, які б визначали поняття, організаційні форми, правові засади діяльності соціальних підприємств в Україні та заходи їх державної підтримки, проте ці законопроекти поки не розглянуті та не прийняті.

Спробуємо визначити, за якими саме критеріями слід відносити підприємство до соціального:

- працевлаштування соціально вразливих верств населення у кількості не менш ніж 50% від загальної кількості працюючих;
- виготовлення соціальної продукції або надання соціальних послуг;
- інвестування прибутку у соціальні або екологічні проекти (підтримка соціальних / культурних / спортивних заходів і проектів; підтримка організацій/установ для вразливих груп населення);
- надання послуг або реалізація продукції за зниженими цінами соціально вразливим верствам населення;
- мета підприємства відповідає цілям сталого розвитку;
- інноваційна логістична діяльність, спрямована на зменшення викидів, поїздок, шуму шляхом об'єднання регіональних клієнтів і постачальників;
- інноваційна роздрібна торгівля: сприяння екологічності, справедлива торгівля, скорочення використання пакувальних матеріалів.

Саме за такими ознаками підприємство слід відносити до соціального. Також варто обов'язково пам'ятати про підприємницьку складову: підприємство має вести комерційну діяльність, яка хоча б частково покриває витрати, пов'язані з його діяльністю.

На даний момент соціальне підприємство може створюватись у будь-якій не забороненій законом організаційно-правовій формі.

Для поживлення розвитку найкращим буде створити окрему форму саме для соціального підприємства.

Наприклад, пропонується організаційно-правова форма, яка буде мати наступні характеристики:

- створення юридичної особи;
- установчим документом є статут, у якому прописана соціальна мета діяльності;
- підприємство має діяти відповідно до статуту;
- засновниками можуть бути будь-які особи, як фізичні, так і юридичні;
- у статуті зазначено, що прибуток реінвестується або фінансується у вирішення соціальних або екологічних питань;
- засновники утвореного на основі об'єднання майна (майнових прав), мають право на участь в управлінні підприємства відповідно до їх долі (паю) в майні підприємства;
- підприємство може фінансуватись за рахунок коштів засновників, власного прибутку, грантів та державних коштів, при чому частка державного фінансування не має перевищувати 50% від загальної суми фінансування.

Також пропонується запровадити особливий пільговий режим оподаткування для підприємств, що мають статус соціального.

Таким чином, необхідно виокремити соціальне підприємство у окрему організаційно-правову форму та внести відповідні зміни у нормативно-правові акти, зокрема Господарський кодекс України [82], Закон України «Про соціальні послуги» [114], Земельний кодекс України [115] та Податковий кодекс України [83].

Отримання статусу соціального підприємства дозволяє підприємствам отримати державну підтримку у різних формах, таких як пільги з оподаткування, підтримка при провадженні інвестиційної діяльності, вирішення земельних питань, надання фінансової допомоги у формі поворотної та безповоротної допомоги, доступ до позик, сприяння у наданні пріоритетів при розміщенні державного замовлення та виконанні державних цільових програм, підтримка у працевлаштуванні вразливих категорій осіб та інші.

Як було зазначено у попередньому розділі, за даними 2020 року в Україні налічувалось близько 1000 підприємств, які можна віднести до соціальних. З них у більшості підприємств працює до 5 осіб. Також 35% підприємств вказали своєю основною діяльністю працевлаштування вразливих груп населення. [98]

Таким чином, можемо приблизно порахувати кількість працевлаштованих з вразливих груп населення:

Кількість підприємств* кількість співробітників*кількість підприємств, що працевлаштовують вразливі групи.

$$1000*5*35\% = 1750 \text{ осіб.}$$

Згідно з постановою Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування № 60 від 14.09.2023 року, мінімальний розмір допомоги по безробіттю складає 1500 гривень.

Таким чином, лише за рахунок працевлаштування вразливих категорій, економія державних видатків складе:

$$1750*1500= 2\,625\,000 \text{ грн на місяць.}$$

$$\text{та } 2\,625\,000*12 = 31\,500\,000 \text{ грн на рік.}$$

Також, згідно даних Держстату станом на IV квартал 2021 року кількість зареєстрованих безробітних складала 295 тис осіб.

Створення соціальних підприємств допоможе знизити рівень безробіття за рахунок створення нових робочих місць.

Адже якщо припустити, що буде створено бодай 100 підприємств, де буде працювати 10 співробітників, то працевлаштовано буде $100*10=1000$ осіб. Лише за рахунок цього рівень безробіття знизиться на 0,5%.

Також пропонується запровадити особливий пільговий режим оподаткування для підприємств, що мають статус соціального.

Наприклад, на перший рік діяльності можна скасувати податок на прибуток для соціального підприємства, або застосувати пільгову ставку податку. Пільги можуть посилити розвиток соціальних підприємств, що сприятиме зростанню їхнього числа та масштабів. Це відкриває нові можливості для вирішення соціальних проблем і покращення життя населення.

Фінансовий ефект від такої пільги наведено у додатку Г.

2. Циркулярна економіка.

Наступним напрямком є впровадження ініціатив та ідей циркулярної економіки.

Уряди мають справу з негативними наслідками та витратами виробничих систем, відомих як «зовнішні ефекти», які включають відходи, забруднення та неправильне використання землі.

Використання принципів циркулярної допоможе вирішити проблеми класичної лінійної економічної моделі.

Циркулярна (кругова) економіка є новою економічною моделлю, головною ідеєю якої є повторне використання матеріалів та утримання ресурсів у використанні, з подовженням їх життєвого циклу. Принцип циркулярної економіки полягає в реалізації безвідходного виробництва, що означає зменшення відходів та максимальне використання ресурсів у всьому їхньому життєвому циклі.

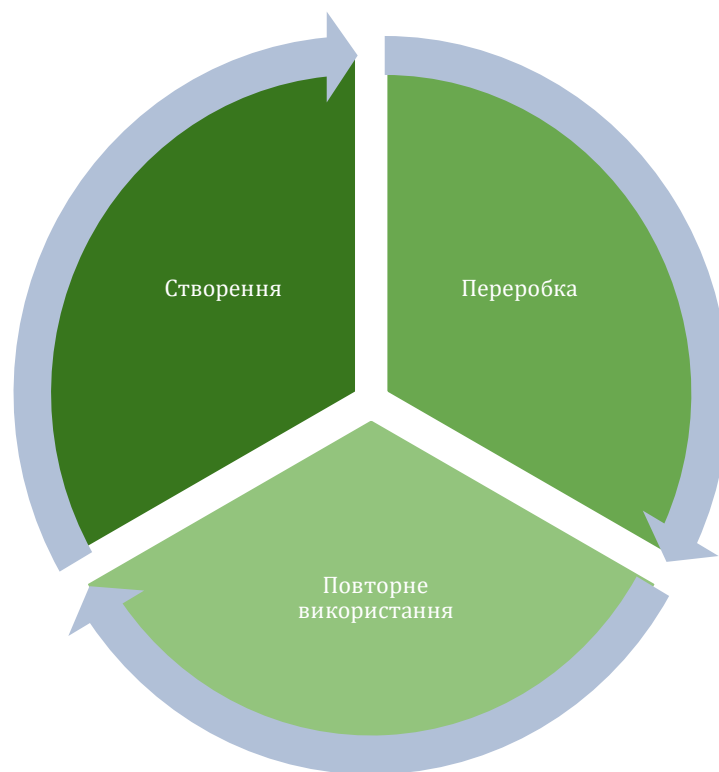


Рис 3.1. - Загальна схема циркулярної економіки.

Джерело: сформовано автором на основі [115]

До основних переваг “циркулярної економіки” можна віднести наступне:

- утилізація відходів;
- зменшення використання природних ресурсів;
- зниження негативного впливу на довкілля;
- економія за рахунок замкнутого виробничого циклу;
- сучасні та інноваційні методи споживання та виробництва;
- створення нових робочих місць. [116]

Модель циркулярної економіки базується на наступних принципах, які називають «9R».

– **Refuse.** Згідно цього принципу компанії відмовляються від надлишкового використання ресурсів. Для цього проводиться ретельний аналіз усього ланцюга виробництва: від дизайну продукту до реалізації споживачу, та оцінюється доцільність використання ресурсів. Після оцінки підприємство відмовляється від ресурсів, які є шкідливими для довкілля або які не чинять значного впливу на якість продукції (наприклад, надлишкова одноразова упаковка).

– **Reduce.** Під цим принципом розуміється скорочення використання ресурсів. Для реалізації цього принципу компанії впроваджують інноваційні організаційні та технічні рішення, що дозволяють скоротити частку сировини, використовувати енергію з відновлювальних джерел, автоматизувати рутинні процеси.

– **Reuse.** Під цим принципом розуміється використання продукту, який втратив значення для одного користувача, але все ще має цінність для іншого. Такий продукт може бути використаний повторно.

– **Repair.** Згідно цього принципу, строк використання товару може бути продовжений за рахунок ремонту та додаткового обслуговування.

– **Refurbish.** Це оновлення існуючого продукту до сучасних вимог. Важливо аналізувати, які саме складові обов’язково мають бути оновлені, а які можуть лишитись без змін.

- Remanufacture. Згідно цього принципу з частини та складові старого продукту можуть бути використані для виготовлення нового.
- Repurpose. Це процес використання продукту для досягнення іншої мети.
- Recycle. Під цим принципом розуміється переробка та вторинне використання ресурсів. Важливим є виготовлення продукції з сировини, що може бути використана повторно чи перероблена.
- Recover. Це процес отримання енергії з вже використаних матеріалів. [108]

Соціальне підприємство може інтегрувати принципи циркулярної економіки в свою діяльність різними способами, що сприятиме не тільки захисту навколишнього середовища, але й створенню соціальної вартості.

Ось кілька підходів:

- Використання відновлюваних матеріалів: Соціальне підприємство може використовувати у своєму виробництві відновлювані або перероблені матеріали, зменшуючи таким чином потребу в нових ресурсах та знижуючи відходи.
- Продовження життєвого циклу продуктів: Розробка товарів із можливістю ремонту, модернізації та повторного використання допомагає зменшити кількість відходів і сприяє збереженню ресурсів.
- Перероблення відходів: Перетворення відходів на нові продукти або сировину для власного виробництва або для продажу іншим компаніям дозволяє створити додаткові доходи та зменшити негативний вплив на довкілля.
- Як послуга замість продукту: Пропонування продуктів як послуг (наприклад, оренда замість продажу) може зменшити кількість вироблених і викинутих товарів, оскільки продукти повертаються для повторного використання або перероблення.
- Екологічна освіта та співпраця: Організація освітніх програм і партнерств з іншими організаціями для підвищення обізнаності про циркулярну

економіку та розробка спільних проектів для ефективнішого використання ресурсів.

– Енергоефективність та відновлювана енергія: Впровадження енергоефективних технологій і використання відновлюваних джерел енергії для зменшення вуглецевого сліду та залежності від невідновлюваних ресурсів.

Інтегруючи ці підходи, соціальне підприємство не тільки сприяє захисту навколишнього середовища, але й може підвищити свою конкурентоспроможність і відкрити нові ринки, зміцнивши своє соціальне послання та цінності.

3. Імпакт-інвестування. Далі роздивимось детальніше імпакт інвестування.

Імпакт-інвестування описується як інвестиції в компанії, організації та фонди з метою створення вимірюваного соціального та/або екологічного впливу разом із фінансовою віддачею. Цей вид інвестування відрізняється від інших за трьома основними принципами:

– Очікування фінансової прибутковості: Імпакт-інвестор очікує отримати фінансову рентабельність інвестованого капіталу, яка може бути нижчою за домінуючу ринкову ставку, але все ж вищою за ринкову ставку або на рівні з нею.

– Намір вирішувати соціальні чи екологічні виклики: Крім фінансової прибутковості, імпакт-інвестор прагне досягти позитивного впливу на суспільство та/або навколишнє середовище.

– Зобов'язання щодо вимірювання та звітування про соціальний та екологічний вплив: Інвестори зобов'язані вимірювати ефективність свого впливу за допомогою стандартизованих показників і звітувати про нього.[117]

Соціальний бізнес може використовувати імпакт-інвестиції для розвитку та збільшення свого позитивного впливу на суспільство чи навколишнє середовище. Ось декілька способів, як це може відбуватися:

– Залучення інвестицій: Соціальні підприємства можуть залучати кошти від імпакт-інвесторів, які зацікавлені у вкладанні капіталу у проекти, що

принесуть суспільну або екологічну користь, поряд з фінансовим доходом. Це може бути особливо корисно для проектів на ранніх стадіях розвитку або тих, що потребують додаткового капіталу для масштабування.

– Покращення відзвітування: Імпакт-інвестування часто вимагає від соціальних підприємств вести ретельний облік їхнього соціального впливу. Це може спонукати підприємства до кращого планування своєї діяльності та більш ефективного відзвітування, що, у свою чергу, може збільшити їх привабливість для інвесторів.

– Формування партнерств: Соціальні бізнеси можуть використовувати імпакт-інвестування для налагодження партнерських відносин з іншими організаціями, урядовими агенціями, некомерційними організаціями та корпораціями, які мають спільні цілі. Це може допомогти розширити мережу впливу та ресурсів.

– Інновації та розвиток: Імпакт-інвестування може забезпечити необхідні ресурси для інновацій та розвитку нових продуктів або послуг, які сприятимуть соціальному благу. Це може включати розробку технологій, спрямованих на вирішення конкретних соціальних проблем, або створення нових бізнес-моделей, які більш ефективно вирішують потреби спільноти.

– Збільшення обізнаності та залученість спільноти: Співпраця з імпакт-інвесторами може допомогти підвищити обізнаність про соціальний бізнес і його місію, залучаючи більше уваги та підтримки від спільноти та ширшої громадськості.

Для ефективного використання імпакт-інвестицій, соціальним бізнесам необхідно ретельно планувати свої стратегії розвитку, чітко визначати свої соціальні цілі, а також розвивати міцні системи відзвітування та моніторингу свого впливу.

4. Державно-приватне партнерство.

Державно-приватне партнерство (ДПП) є формою співпраці між державними установами та приватними компаніями, спрямованою на реалізацію спільних проектів, що сприяють розвитку інфраструктури та суспільних послуг.

Це партнерство дозволяє об'єднувати ресурси та експертизу обох сторін, що забезпечує ефективніше використання фінансів і підвищує якість наданих послуг.

Згідно Закону України «Про державно-приватне партнерство» [118] «Державно-приватне партнерство – співробітництво між державою, територіальними громадами в особі відповідних державних органів, органів місцевого самоврядування, Національною академією наук України, національних галузевих академій наук (державних партнерів) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, установ, організацій (приватних партнерів), що здійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим Законом та іншими законодавчими актами, та відповідає ознакам державно-приватного партнерства».

До ознак державно-приватного партнерства належать:

- 1) створення та/або будівництво (нове будівництво, реконструкція, реставрація, капітальний ремонт та технічне переоснащення) об'єкта державно-приватного партнерства та/або управління (користування, експлуатація, технічне обслуговування) таким об'єктом;
- 2) довготривалість відносин (від 5 до 50 років);
- 3) передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;
- 4) внесення приватним партнером інвестицій в об'єкт державно-приватного партнерства.

Є чотири види договорів ДПП: концесія (передавання державного майна в тимчасове користування бізнесу), управління майном (за умови передбачених в договорі інвестиційних зобов'язань приватного партнера), спільна діяльність (взаємодія між учасниками без створення юридичної особи), інші види угод. [119]

Використання державно-приватного партнерства є ефективним та корисним як для держави, так і для соціального бізнесу. Роздивимось переваги детальніше.

Таблиця 3.1 - Переваги використання державно-приватного партнерства

Державні органи	Соціальне підприємство
1	2
Вирішення соціальних проблем	Стабільний попит
Вирішення екологічних проблем	Гарантія фінансування
Ефективніше управління державною власністю	Легкий старт проекту
Використання новітніх технологій	Забезпечення клієнтської бази
Удосконалення розподілу видатків	Мінімізація ризиків
Збільшення ВВП	Реалізація соціальної місії
Покращення рівня життя	Можливість отримання прибутку
Активізація інвестиційної діяльності	Створення нових робочих місць
Покращення якості надання послуг	Масштабування бізнесу

Джерело: складено автором

5. Модель «зеленої» економіки.

Це економіка, яка сприяє підвищенню добробуту людей і зміцненню соціальної справедливості при одночасному істотному зниженні ризиків для довкілля та дефіциту екологічних ресурсів. [120]

Деякі міжнародні компанії почали запроваджувати використання у своїй діяльності менш екологічно шкідливих інноваційних технологій та методів, що у свою чергу призвело до озеленення бізнесу, а підприємства стали називатись зеленими або екологічно відповідальним бізнесом.

Зелена економіка спрямована на зменшення екологічних ризиків та екологічних дефіцитів, одночасно підтримуючи прогрес у соціальному розвитку.

Вона визначається як економіка, де економічне зростання та екологічна відповідальність працюють разом.[121]

Особливості концепції та стратегії зеленого зростання включають наступне:

– Розгляд природного капіталу як фактора виробництва: Зелене зростання вбачає природний капітал як продуктивний капітал, відновлення та нарощування якого потребує інвестицій. Це означає усвідомлення значення природних ресурсів для економіки і необхідність їхнього збереження та сталого використання.

– Екологічна політика як інвестиційна політика: Стратегія зеленого зростання спрямована на підвищення ефективності використання природних ресурсів шляхом розвитку та використання новітніх ресурсо- та енергоефективних низьковуглецевих технологій. Це означає перехід до інвестицій у екологічно чисті технології та інфраструктуру.

– Зелені види діяльності та екологічні інновації для структурної перебудови: Зелене зростання сприяє структурній перебудові економіки, підвищенню продуктивності праці та капіталу, а також модернізації інфраструктури через розвиток зелених видів діяльності та екологічних інновацій.

– Тісний взаємозв'язок між економічною та екологічною політикою: Зелене зростання досягається за допомогою таких інструментів, як більш справедливе ціноутворення та оподаткування, жорсткі екологічні стандарти, реформування системи субсидій на енергоресурси та впровадження системи індикаторів для оцінки результативності дій та прийняття політичних рішень.

Згідно концепції існує 5 груп показників, які оцінюють та аналізують стан розвитку зеленої економіки:

– Екологічна та ресурсна продуктивність. Ці показники описують ключові аспекти переходу до низьковуглецевої і ресурсоефективної економіки. До індикаторів належать: вуглецева продуктивність ВВП, енергетична продуктивність ВВП, матеріальна неенергетична продуктивність ВВП,

відходопродуктивність ВВП, водна продуктивність, баланс гумусу та поживних речовин.

– База природних активів. В інтересах довгострокової стабільності розвитку країни необхідно забезпечувати, щоб база природних активів виконувала не тільки ресурсні, а й поглинальні, сервісні функції (біорізноманіття), а навантаження на природне середовище не перевищувало його несучої спроможності.

– До індикаторів наявності та використання природних ресурсів належать: структура земельних ресурсів; площа сертифікованих сільськогосподарських угідь; частка земель, зайятих лісами та лісовими насадженнями; динаміка зміни структури земельного фонду; обсяги видобутку прісної води на 1 чол.населення; темпи видобутку невідновлюваних ресурсів.

– Екологічні аспекти якості життя. Відображають ризики для здоров'я і безпеки, доступність зручностей і еко-системних послуг. До індикаторів екологічних аспектів якості життя належать: рівень забруднення повітря; середня очікувана тривалість життя при народженні; очікувана тривалість здорового життя; доступ до централізованої каналізації; частка домогосподарств, підключених до водопроводу.

– Економічні можливості та політичні рішення. Вони оцінюють результативність дій держави в підтримку зеленого зростання: інвестицій в зелені види діяльності та розвиток технологій, стимулювання еко-інновацій і зелених закупівель, реформування субсидій та цін. До цієї групи індикаторів належать: капітальні інвестиції та поточні витрати на охорону довкілля; витрати на наукові дослідження та «зелені»інновації.

– Соціально-економічний контекст та характеристики економічного зростання. Використовуються для відображення результатів зеленої трансформації на макрорівні, включаючи задіяння додаткових джерел зростання, зміни економічної структури, зайнятості та ринків праці, підвищення доходів і конкуренто-спроможності бізнесу та економіки в цілому.



Рис. 3.2. - Взаємозв'язок екологічних, економічних та соціальних факторів

Джерело: складено на основі [122]

Задля впровадження зеленої економіки доцільно дотримуватись наступних рекомендацій:

1. Впровадження та розвиток політики зеленої економіки на державному рівні.
2. Інвестування в енергозберігаючі технології та інфраструктуру необхідні для підтримки розвитку зеленої економіки.
3. Акцент на відновлювальних джерелах енергії.
4. Зменшення енергоємності виробництва.
5. Заохочення стійких моделей споживання.
6. Створення освітніх програм для підвищення рівня обізнаності.

Співпраця між урядами, бізнесом та громадянським суспільством має важливе значення для створення сприятливого середовища для переходу до зеленої економіки. Спільні ініціативи можуть сприяти обміну найкращими практиками та отриманими уроками, дозволяючи зацікавленим сторонам вчитися на досвіді один одного та уникнути дублювання зусиль.

Соціально орієнтовані підприємства також можуть використовувати засади зеленої економіки у своїй діяльності і таким чином досягати екологічної мети своєї діяльності.

6. Розробка нормативних актів для підприємств КСВ.

Як було зазначено у попередньому розділі, КСВ це спосіб організації діяльності, під час якого компанії дотримуються принципів ділової етики та роблять соціально, екологічно й економічно важливі речі понад те, чого від них вимагають чинні норми регулювання.

Також було зазначено, що принципи соціально відповідального бізнесу регулюються за допомогою міжнародних конвенцій, декларацій та рекомендацій, проте відсутні нормативно-правові акти, які б законодавчо визначали і регулювали КСВ на національному рівні.

Згідно дослідження розвитку КСВ в Україні у 2010-2018 роках, існує декілька перешкод у впровадженні заходів корпоративної соціальної відповідальності:



Рис. 3.3. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Які перешкоди є найбільш серйозними під час здійснення програм/заходів із соціальної відповідальності Вашою компанією?», %.

Джерело: [95]

Основні проблеми, з якими стикаються підприємства в галузі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) через відсутність нормативно-правових актів, можуть включати такі аспекти:

1. Неоднозначність стандартів: Відсутність чітких нормативних вимог може ускладнювати визначення стандартів ініціатив корпоративної соціальної відповідальності. Це може призвести до нерозуміння того, які конкретні заходи або програми повинні бути впроваджені.

2. Відсутність стимулів до дії: Без належних нормативно-правових актів підприємства можуть не мати стимулу активно займатися корпоративною соціальною відповідальністю. Це може призвести до відмови від цінних ініціатив, які можуть приносити користь спільності та середовищу.

3. **Несприятливе середовище для інвестицій:** Відсутність чітких нормативних рамок може вплинути на рішення щодо інвестицій у проекти з корпоративної соціальної відповідальності. Компанії можуть бути невпевнені у стабільності та ефективності таких проектів.

4. **Ризики репутації:** Відсутність чітких нормативних стандартів може збільшувати ризики для репутації підприємства. Без конкретних правил і вимог, компанії можуть стикатися з критикою з боку зацікавлених сторін за відсутність дієвих заходів у сфері соціальної відповідальності.

5. **Втрата конкурентної переваги:** Компанії, які активно займаються корпоративною соціальною відповідальністю, можуть втратити свою конкурентну перевагу в умовах відсутності нормативного регулювання. Це може стати на заваді розвитку бізнесу та взаємодії зі споживачами та іншими зацікавленими сторонами.

Отже, необхідність наявності адекватних нормативно-правових актів в галузі корпоративної соціальної відповідальності стає критичною для забезпечення сталого розвитку підприємств та суспільства в цілому.

Існують різні нормативно-правові акти, які можуть бути впроваджені для регулювання сфери корпоративної соціальної відповідальності. Деякі з них включають:

1. **Законодавчі акти:** Спеціальні закони або поправки до існуючого законодавства можуть бути прийняті для встановлення обов'язкових вимог щодо КСВ для підприємств у різних секторах економіки.

2. **Підзаконні акти:** Регулятивні акти, які видаватимуться на основі законодавства, можуть містити детальні вимоги, процедури та стандарти з питань КСВ, такі як стандарти звітності, аудиту та оцінки соціального впливу.

3. **Стандарти та сертифікація:** Уряд може розвивати стандарти та програми сертифікації, які встановлюють вимоги до практик КСВ та надають підприємствам можливість отримати визнання за свою діяльність у цій сфері.

4. Договірні механізми: Уряд може пропонувати ініціативи щодо встановлення договірних відносин між державою, підприємствами та іншими зацікавленими сторонами для сприяння впровадженню певних практик КСВ.

5. Податкові стимули: Податкові ініціативи можуть бути використані для стимулювання підприємств до здійснення інвестицій у проекти та програми КСВ.

6. Засоби державного контролю та моніторингу: Уряд може встановити механізми моніторингу та контролю за дотриманням вимог у сфері КСВ, включаючи штрафи за порушення.

Наступним важливим етапом розвитку КСВ є реалізація наступних заходів:

– Важливим стимулом для реалізації КСВ в Україні може бути введення обов'язкового розкриття нефінансових показників у річному звіті відповідно до Європейської Директиви 2013/34/ЄС, 2014/95/ЄС.

– Варто розглянути можливість надання пільг (податкових, митних) для компаній, які активно реалізують програми КСВ, перш за все, тих, що працюють над підвищенням енергоефективності та використанням відновлювальних джерел енергії, а також здійснюють соціальні інвестиції в розвиток регіонів.

– Важливо визнати такі компанії з боку влади шляхом встановлення КСВ премій, нагород, а також національних та регіональних рейтингів з питань КСВ.

– На місцевому рівні ефективним стимулом для впровадження КСВ може бути створення централізованої бази даних, яка відобразатиме потреби регіону у соціальних та екологічних інвестиціях. Такий ресурс допоможе зрозуміти, які проекти найбільше відповідають потребам місцевого населення.

– Крім цього, важливим стимулом може стати створення платформи для недержавних та дослідницьких організацій, які активно просувають ідеї соціальної відповідальності. Ця платформа буде служити зоною обміну досвідом та сприяти співпраці у втіленні проектів КСВ.

– Крім цього, важливими можуть стати послуги надання освітніх та консультаційних послуг з питань корпоративної соціальної відповідальності. Це допоможе підприємствам отримати необхідні знання та підтримку для успішної реалізації своїх ініціатив у цій сфері.

Ці заходи можуть сприяти розвитку стабільного та ефективного регулювання сфери КСВ, стимулювати підприємства до прийняття відповідальних практик та сприяти соціальному та екологічному розвитку.

7. Концесія.

Згідно Закону України «Про концесію» від 03 жовтня 2019 року «концесія – форма здійснення державно-приватного партнерства, що передбачає надання концесієдавцем концесіонеру права на створення та/або будівництво (нове будівництво, реконструкцію, реставрацію, капітальний ремонт та технічне переоснащення), та/або управління (користування, експлуатацію, технічне обслуговування) об'єктом концесії, та/або надання суспільно значущих послуг у порядку та на умовах, визначених концесійним договором, а також передбачає передачу концесіонеру переважної частини операційного ризику, що охоплює ризик попиту та/або ризик пропозиції».[123]

Хоча концесії можуть бути корисним інструментом для розвитку інфраструктури та послуг у сфері соціального бізнесу, вони також можуть зустрічати деякі проблеми:

1. Корупційні ризики: Процес надання концесій може бути супроводжуваний корупцією та нечесними практиками, зокрема, в умовах недостатньої прозорості та відкритості. Це може призвести до втрати довіри до процесу надання концесій та негативно вплинути на розвиток соціального бізнесу.

2. Недостатня конкуренція: У деяких випадках процес надання концесій може бути недостатньо конкурентним, що може призвести до формування монополій або олігополій у секторі. Це може обмежити інновації, підвищення якості та доступність послуг для громади.

3. Фінансові ризики: Деякі соціальні проекти можуть бути фінансово вимогливими, але не забезпечувати достатньої прибутковості для приваблення інвесторів. Це може створити проблеми з фінансуванням та утриманням проекту в майбутньому.

4. Соціальні наслідки: У деяких випадках концесії можуть мати негативні соціальні наслідки, такі як збільшення цін на послуги для місцевого населення, зниження якості послуг або збільшення нерівності у доступі до них.

5. Екологічні ризики: Деякі концесії можуть включати експлуатацію природних ресурсів або будівництво інфраструктури, що може призвести до негативних екологічних наслідків, таких як забруднення довкілля або знищення екосистем.

Отже, при плануванні та реалізації концесій у сфері соціального бізнесу важливо враховувати ці ризики та приймати заходи для їх зменшення та мінімізації.

Соціальний бізнес може використовувати концесії для досягнення своїх цілей та місії з розвитку суспільства. Ось кілька способів, як соціальний бізнес може використовувати концесії:

1. Розвиток соціально важливих проектів: Соціальні підприємства можуть отримувати концесії на експлуатацію певних ресурсів або територій для реалізації проектів, спрямованих на покращення соціальної ситуації, зменшення нерівності, підвищення якості освіти та охорони здоров'я тощо.

2. Постачання соціальних послуг: Соціальні підприємства можуть отримувати концесії для надання соціальних послуг на певних територіях або для певних груп населення. Це може включати послуги з догляду за людьми похилого віку, освітні та реабілітаційні програми для дітей з особливими потребами тощо.

3. Залучення інвестицій: Отримання концесії може стати додатковим стимулом для інвесторів, які зацікавлені в соціальних проектах. Концесії можуть забезпечити стабільний потік доходів для соціального підприємства, що робить його привабливішим для інвесторів.

4. Забезпечення сталого розвитку: Концесії можуть бути спрямовані на розвиток та використання ресурсів у збалансований спосіб, що сприяє сталому розвитку та збереженню навколишнього середовища.

Отже, концесії можуть бути корисним інструментом для соціального бізнесу для досягнення своїх соціальних та економічних цілей.

8. Діджиталізація соціального підприємств. Правильне застосування інструментів даних трендів допоможе соціальним підприємствам ефективно використовувати цифрові технології для досягнення своєї мети і максимізації впливу на суспільство.

Діджиталізація соціального підприємства відкриває нові горизонти для ефективної реалізації соціальних місій та підвищення впливу на суспільство. Впровадження цифрових технологій дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, покращити комунікацію з клієнтами і стейкхолдерами, а також розширити можливості для залучення ресурсів і підтримки. У сучасному світі, де цифрові рішення стають невід'ємною частиною повсякденного життя, соціальні підприємства можуть значно підвищити свою ефективність та конкурентоспроможність через активне використання інноваційних технологій.

Застосування діджиталізаційних стратегій дозволяє соціальним підприємствам краще розуміти потреби своєї аудиторії, здійснювати більш точне планування та контроль діяльності, а також забезпечувати прозорість і підзвітність. Це також сприяє створенню нових моделей взаємодії та кооперації, що може значно посилити соціальний вплив і сприяти досягненню сталого розвитку.

Діджиталізація також сприяє масштабуванню соціальних підприємств, дозволяючи їм охоплювати ширшу аудиторію та залучати більше ресурсів через онлайн-платформи та соціальні мережі.

Розглянемо детальніше напрямки діджиталізації соціального підприємства, враховуючи організаційно-економічні аспекти його забезпечення.

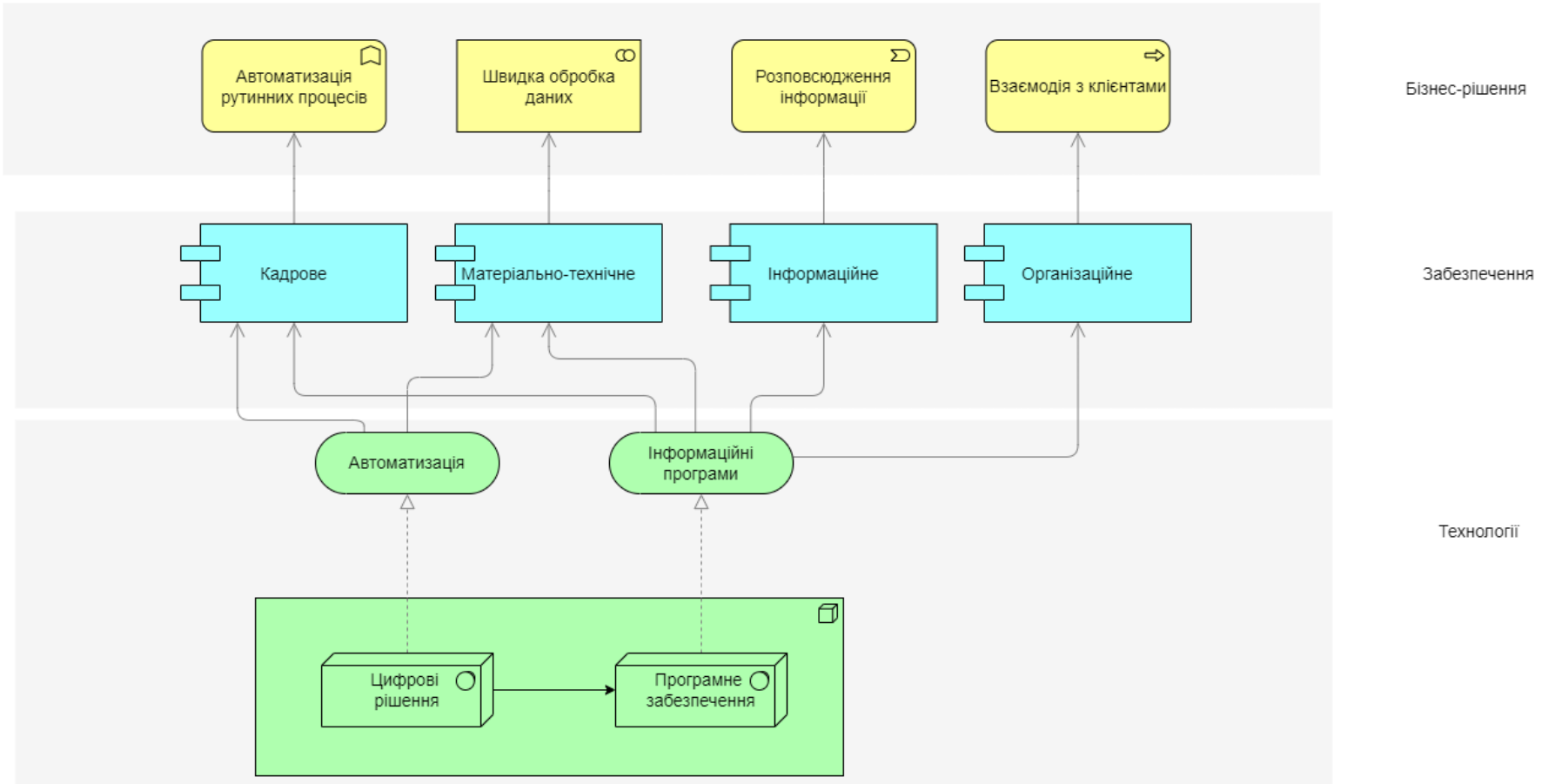


Рис. 3.4. - Впровадження діджиталізації на підприємстві

Джерело: складено автором

Цифрові рішення можна використовувати у наступних формах:

1. Штучний інтелект сприяє автоматизації управлінських процесів з даними, підвищуючи ефективність роботи. Він також виконує збір та аналіз інформації про клієнтів, передбачає їх поведінку та адаптує контент до їхніх потреб, забезпечуючи більш персоналізовані пропозиції, що позитивно впливає на споживацький досвід та спонукає до покупки.

2. Система управління відносинами з клієнтами (CRM) допомагає забезпечувати бізнесу омніканальний підхід, працюючи з різними формами комунікації зі споживачами. CRM ефективна для компаній будь-якого розміру та напрямку, зберігає інформацію про клієнтів, відстежує збої у сервісі, аналізує можливості для продажів і допомагає організувати маркетингові кампанії.

3. Розробка веб-платформ і мобільних додатків для надання соціальних послуг і консультацій забезпечує клієнтам можливість доступу до необхідних послуг у будь-який час і з будь-якого місця, роблячи ці послуги доступнішими для людей з обмеженими можливостями використання звичайних комунікаційних каналів.

4. Онлайн-платформи використовуються для залучення фінансування через краудфандинг, онлайн-аукціони або продаж товарів та послуг, що дозволяє соціальним підприємствам збільшувати свої ресурси для подальшого розвитку та виконання своєї місії.

5. Використання соціальних мереж, веб-сайтів, блогів та інших онлайн-каналів сприяє розповсюдженню інформації про місію, цілі та досягнення соціального підприємства, допомагаючи привертати увагу нових клієнтів, волонтерів та партнерів, а також підвищує свідомість стосовно соціальних проблем та сприяє мобілізації громадської підтримки.

6. Використання технологій для автоматичної обробки, аналізу та прогнозування великих масивів даних, відомих як Big Data, які охоплюють структуровані і неструктуровані дані величезних обсягів та різноманітності. Ці дані обробляються за допомогою програмних інструментів, які можуть

масштабуватися і є більш ефективними за традиційні системи управління базами даних.

9. Підвищення ефективності факторів економіко-організаційного забезпечення в соціально орієнтованих підприємствах може значно вплинути на їх успішність та стійкість.

Розглянемо детально перспективні напрямки для кожного аспекту економіко-організаційного забезпечення, які зображені на рисунку 3.5:

- Промоція соціального підприємництва в суспільстві;
- Розбудова нормативно-правового поля для соціального підприємництва;
- Забезпечення доступу до ринків для соціальних підприємств;
- Надання бізнес-послуг із розвитку соціального бізнесу;
- Створення ефективної нормативно-правової бази для регулювання впливу підприємств на довкілля;
- Впровадження контролю за шкідливими викидами;
- Переоснащення підприємств сучасним інноваційним обладнанням;
- Надання доступу до фінансування;
- Підвищення якості управління підприємством;
- Підвищення рівня освіти та кваліфікації працівників;
- Надання доступу до необхідної інфраструктури;
- Підвищення рівня технологій, які використовуються.
- Забезпечення політичної стабільності;
- Сприятливість податкової системи.

Ці кроки дозволять соціально орієнтованим підприємствам не тільки підвищити свою конкурентоспроможність та ефективність, але й значно збільшити свій соціальний вплив, що є критично важливим для їх місії та цілей.

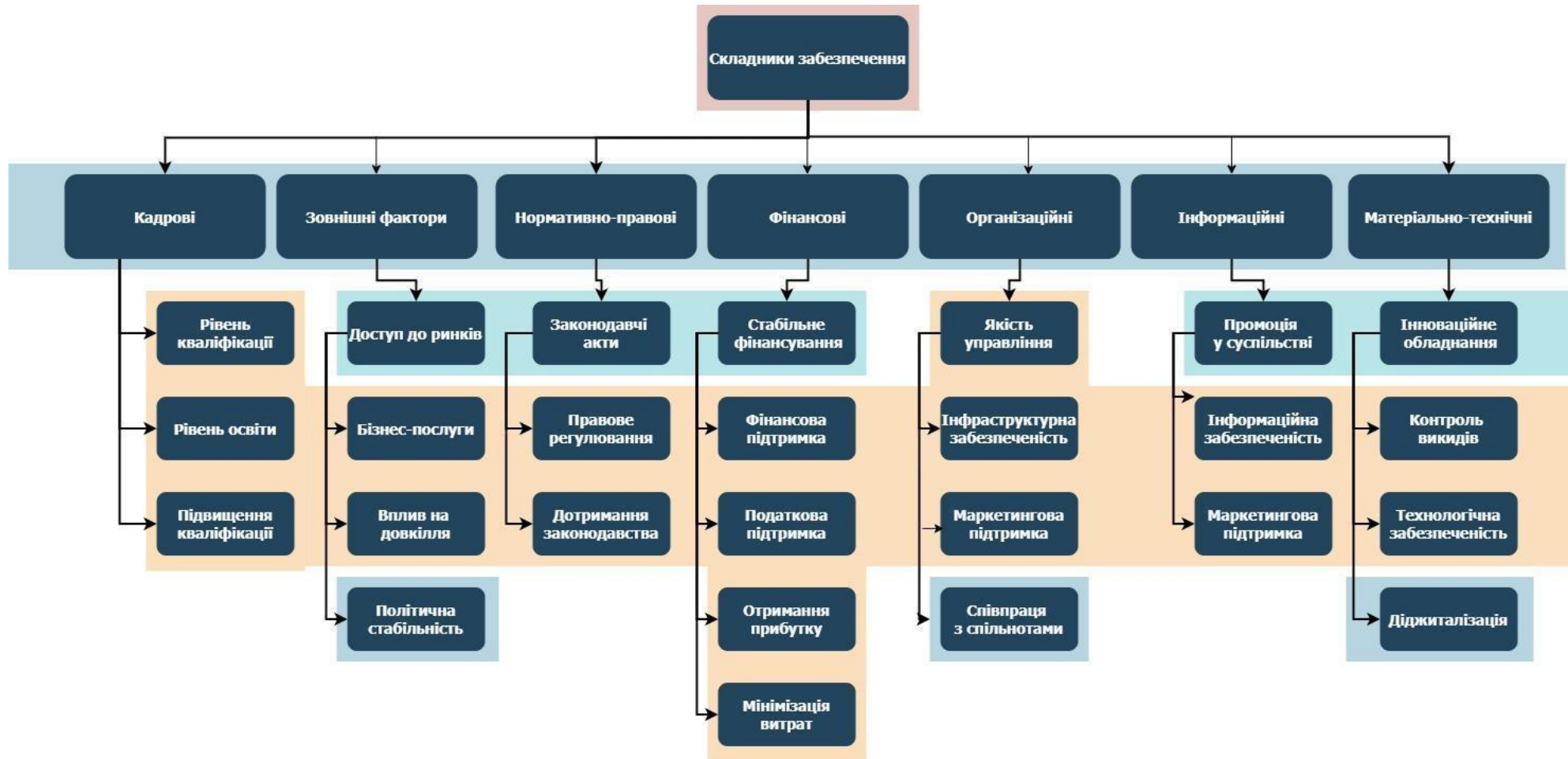


Рис 3.5. - Напрямки підвищення ефективності аспектів економіко-організаційного забезпечення

Джерело: складено автором

3.2 Соціально орієнтований бізнес як інструмент вирішення соціально-економічних проблем

Соціально орієнтований бізнес може бути потужним інструментом для вирішення різноманітних соціальних, економічних та екологічних проблем, як на місцевому, так і на національному рівнях.

Такий підхід дозволяє компаніям не лише отримувати прибуток, але й активно сприяти розвитку громад, покращенню умов праці, зменшенню нерівності та підтримці екологічної стійкості. У сучасних умовах, коли суспільство стикається з численними викликами, соціально орієнтовані підприємства можуть відігравати ключову роль у створенні позитивних змін.

Соціально орієнтований бізнес не лише вирішує актуальні проблеми, але й створює нові можливості для розвитку економіки, забезпечуючи довготривалі вигоди як для компаній, так і для суспільства в цілому.

Соціальне підприємництво у своїй діяльності може вирішувати відразу декілька питань та проблем:

1. Соціальні;
2. Екологічні;
3. Економічні. [124]

Вирішення вищезгаданих питань забезпечує неабиякий синергічний ефект від діяльності соціального підприємства.

Вимірювання ефекту від соціального підприємництва може бути складним завданням через його багатогранність та різноманітність цілей, які може переслідувати підприємство.

Для створення формули вимірювання соціального ефекту необхідно врахувати як економічні, так і соціальні/екологічні аспекти діяльності.

Розглянемо показники які відносяться до кожної групи проблем детальніше.

Таблиця 3.2

Проблеми, які може вирішити соціальне підприємство

Соціальні	Екологічні	Економічні
1	2	3
Зменшення рівня бідності	Зменшення викидів CO ₂	Зростання доходів
Надання доступних медичних послуг	Покращення управління відходами	Зменшення витрат
Надання психологічної підтримки	Впровадження енергоефективних та енергозберігаючих технологій	Створення нових бізнес-ідей та ініціатив
Скорочення нерівності	Підтримка біорізноманіття	Створення робочих місць
Створення робочих місць для людей з обмеженими можливостями	Забезпечення доступу до чистої води	Пожвавлення економічного розвитку регіонів
Скорочення соціальної ізоляції	Оптимізація використання ресурсів	Забезпечення економічної самодостатності підприємств
Надання доступних та якісних освітніх послуг	Переробка та повторне використання	Створення більш збалансованого та стійкого споживання
	Відповідальне споживання	

Джерело: складено автором на основі [99, 124]

Кожен з цих показників може бути вимірний кількісно та переведений у відсоткове значення, яке буде показувати на скільки відсотків покращився або погіршився показник.

Розглянемо компоненти детальніше, а також як ці компоненти можуть бути оцінені та інтегровані в загальну формулу:

1. Метрика: Зменшення викидів CO₂, відсоток енергії з відновлюваних джерел, показники енергоефективності.

Оцінка: Вимірюється за допомогою екологічного аудиту та порівняння показників з галузевими стандартами.

2. Метрика: Відсоток переробленої сировини у виробництві, кількість продукції, створеної з вторинних матеріалів.

Оцінка: Аналіз ланцюгів поставок, використання ресурсів та відходів.

3. Метрика: Число проектів, реалізованих спільно з урядом, загальний обсяг фінансування.

Оцінка: Моніторинг та звітування про державно-приватні ініціативи, аналіз ефективності співпраці.

1. Метрика: Скорочення рівня безробіття, скорочення нерівності, створення робочих місць.

Оцінка: Вимірюється за допомогою моніторингу рівня безробіття та рівня залученості співробітників з особливими потребами.

2. Метрика: Загальні витрати на одиницю виробленої продукції або обсяг витрат від загального обсягу, збільшення доходів.

Оцінка метрики: Визначення зміни витрат на одиницю продукції або в загальному обсязі в порівнянні зі стартовим значенням.

Представимо показники як множину v_i показників.

Тоді соціальні показники будуть мати наступний вигляд:

$$SI(\text{social indexes}) = \{v_1, v_2, \dots, v_n\}; \quad (3.1)$$

Економічні:

$$Ecl(\text{economical indexes}) = \{v_1, v_2, \dots, v_n\}; \quad (3.2)$$

Екологічні:

$$EnI(\text{environmental indexes}) = \{v_1, v_2, \dots, v_n\}; \quad (3.3)$$

Зміни у цих показниках показують, якого саме ефекту було досягнуто завдяки діяльності соціального підприємства. Тобто, таким чином:

1. SD (Social Difference) — соціальна різниця, тобто зміна у соціальному середовищі або добробуті цільової групи, яку можна виміряти через показники як-от зменшення рівня бідності, покращення освіти, здоров'я тощо.

$$SD = SI_n - SI_{n+1}/100\%, \quad (3.4)$$

де:

SI – соціальний індекс, що вимірюється;

n – показники базисного періоду;

n+1 – показники звітнього періоду.

2. ED (Environmental Difference) — екологічна різниця, яка відображає зміни у стані навколишнього середовища або екологічні наслідки діяльності підприємства, наприклад, зменшення викидів CO₂, краще управління відходами, підтримка біорізноманіття.

$$ED = EnI_n - EnI_{n+1}/100\%, \quad (3.5)$$

де:

EnI – екологічний індекс, що вимірюється;

n – показники базисного періоду;

n+1 – показники звітнього періоду.

3. PD (Profit Difference) — прибуткова різниця, яка вимірює економічний ефект і може включати зростання доходів, створення робочих місць тощо.

$$PD = EcI_n - EcI_{n+1}/100\%, \quad (3.6)$$

де:

EcI – економічний індекс, що вимірюється;

n – показники базисного періоду;

$n+1$ – показники звітнього періоду.

Тепер приведемо вищенаведені показники у єдину формулу для вимірювання соціального ефекту:

$$SE = ED \times kE + SD \times kS + PDc \times kEc \times m \times I \times R, \quad (3.7)$$

де:

SD (Social Difference) — соціальна різниця;

ED (Environmental Difference) — екологічна різниця;

PD (Profit Difference) — прибуткова різниця;

kE - коефіцієнт важливості екологічного впливу;

kS - коефіцієнт важливості соціального впливу;

kC - коефіцієнт важливості економічного впливу;

m - множник масштабу впливу;

I - ступінь інноваційності;

R - сталість впливу підприємства.

Ця формула дозволяє врахувати вагомість кожного з трьох аспектів впливу, використовуючи відповідні коефіцієнти важливості. Кожен з цих коефіцієнтів може бути числом від 0 до 1, де 0 відповідає найнижчому рівню важливості, а 1 - найвищому.

Коефіцієнти важливості мають враховувати масштаб впливу, ступінь інноваційності та сталість впливу підприємства. Ці коефіцієнти можуть базуватися на експертній оцінці або кількісних показниках, які відображають спроможність проекту адаптуватися та зростати з часом.

Формулу можна адаптувати та модифікувати в залежності від специфіки соціального підприємства та його основних цілей.

Ця формула може бути корисним інструментом для підприємств, які прагнуть оцінити та поліпшити свій соціальний вплив, а також для інвесторів, громадських організацій та інших зацікавлених сторін, щоб розуміти значущість та ефективність соціальних підприємств у суспільстві.

Ця модель є потужним інструментом для вимірювання та оцінки впливу соціального підприємства. Вона допомагає підприємству, інвесторам та державним органам краще розуміти, як дії підприємства впливають на суспільство та навколишнє середовище, та сприяє розвитку сталого підприємництва.

При проведенні оцінки важливо забезпечити прозорість методів збору даних та аналізу для гарантії об'єктивності результатів.

Такий підхід дозволяє враховувати різні аспекти діяльності соціального підприємства та надає змогу гнучко підійти до оцінки його впливу.

Також цей індекс може бути представлений графічно у вигляді діаграми, де кожне коло представляє фактор, що впливає на соціальний ефект:

- Перше коло: Соціальна різниця (Social Difference);
- Друге коло: Екологічна різниця (Environmental Difference);
- Третє коло: Прибуткова різниця (Profit Difference).

Перетин кіл вказує на взаємозв'язок та вплив факторів:

Перетин першого та другого кола вказує на взаємозв'язок між соціальною та екологічною різницею, показуючи, як екологічні ініціативи можуть впливати на соціальний ефект і навпаки.

Перетин другого та третього кіл показує, як соціальні та прибуткові ініціативи можуть впливати на стан навколишнього середовища.

Перетин всіх трьох кіл вказує на комплексний підхід до вимірювання соціального ефекту, де всі аспекти враховуються.

Кожен сектор діаграми відображає внесок кожного фактора:

Ширина кожного сектора може відображати важливість або вагомість кожного фактора у вимірюванні соціального ефекту.

Ця кільцева діаграма допомагає візуально зрозуміти взаємозв'язок між різними аспектами, що впливають на соціальний ефект, та показує, як вони взаємодіють між собою.



Рис. 3.6. - Кільцева діаграма, що показує взаємний вплив факторів

Джерело: сформовано автором

Таким чином, поєднання вищевказаних факторів дозволяє досягти синергетичного ефекту від діяльності соціального підприємства.

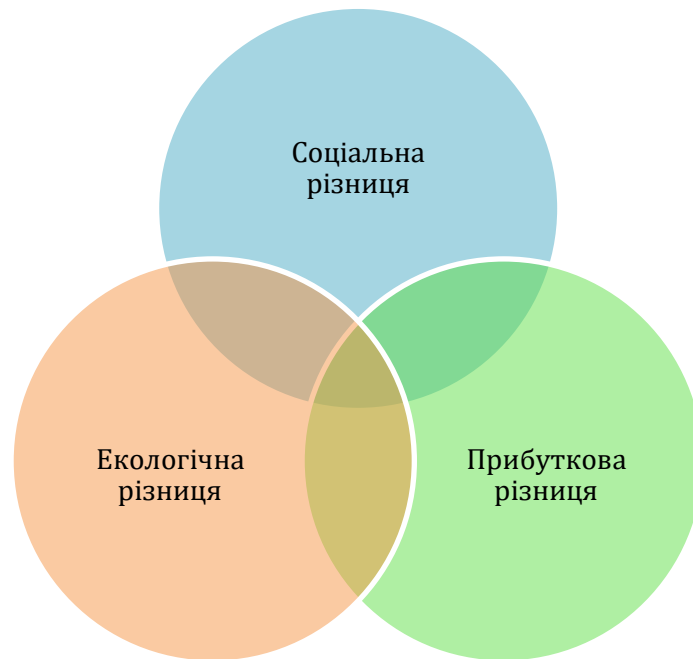


Рис. 3.7. - Взаємозв'язок між соціальними, екологічними та економічними факторами

Джерело: сформовано автором

Соціально орієнтований бізнес також допомагає вивільнити кошти державного та місцевого бюджетів, які можна спрямувати на інші цілі.

Для початку, розглянемо роль звичайного підприємства у соціально-економічному контексті. Такі підприємства сплачують податки, які є основним джерелом доходу для державного та місцевих бюджетів. Ці кошти перерозподіляються урядом для фінансування різноманітних програм, що мають на меті вирішення соціальних, екологічних та економічних проблем. Втім, через обмеженість бюджетних ресурсів, не всі потреби можуть бути задоволені, що призводить до бюджетного дефіциту та потреби у виборчому фінансуванні проектів.

Соціально орієнтований бізнес вносить важливий внесок у суспільство, виходячи за рамки простої сплати податків. Перше та головне, такі підприємства цілеспрямовано вирішують соціальні чи екологічні проблеми через свою основну діяльність. По-друге, сплачуючи податки, вони також вносять свій вклад

у бюджет, який може використовуватися для інших соціальних потреб. По-третє, діяльність може вивільняти кошти у місцевому бюджеті, оскільки деякі із завдань, що традиційно лежать на уряді, виконуються за рахунок приватної ініціативи.

Важливість соціально орієнтованого бізнесу не може бути переоцінена. По-перше, такий підхід забезпечує безпосереднє рішення проблем, до яких звернено увагу підприємством. По-друге, він сприяє розвитку місцевої економіки через створення робочих місць, збільшення податкових внесків та залучення спільноти. По-третє, існує синергійний ефект, коли в комбінації державних і приватних ініціатив вдається досягти більш ефективного вирішення проблем, ніж при діяльності кожного з секторів окремо.

Таким чином, соціально орієнтовані підприємства можуть слугувати як модель для ефективного вирішення соціальних і екологічних викликів в сучасному світі, відіграючи важливу роль у сталому розвитку суспільства. Однак для досягнення максимальної ефективності необхідна підтримка та співпраця між урядом, бізнесом та громадськістю.

Схематично такий ефект представлено нижче на рисунку 3.8. та рисунку 3.9.

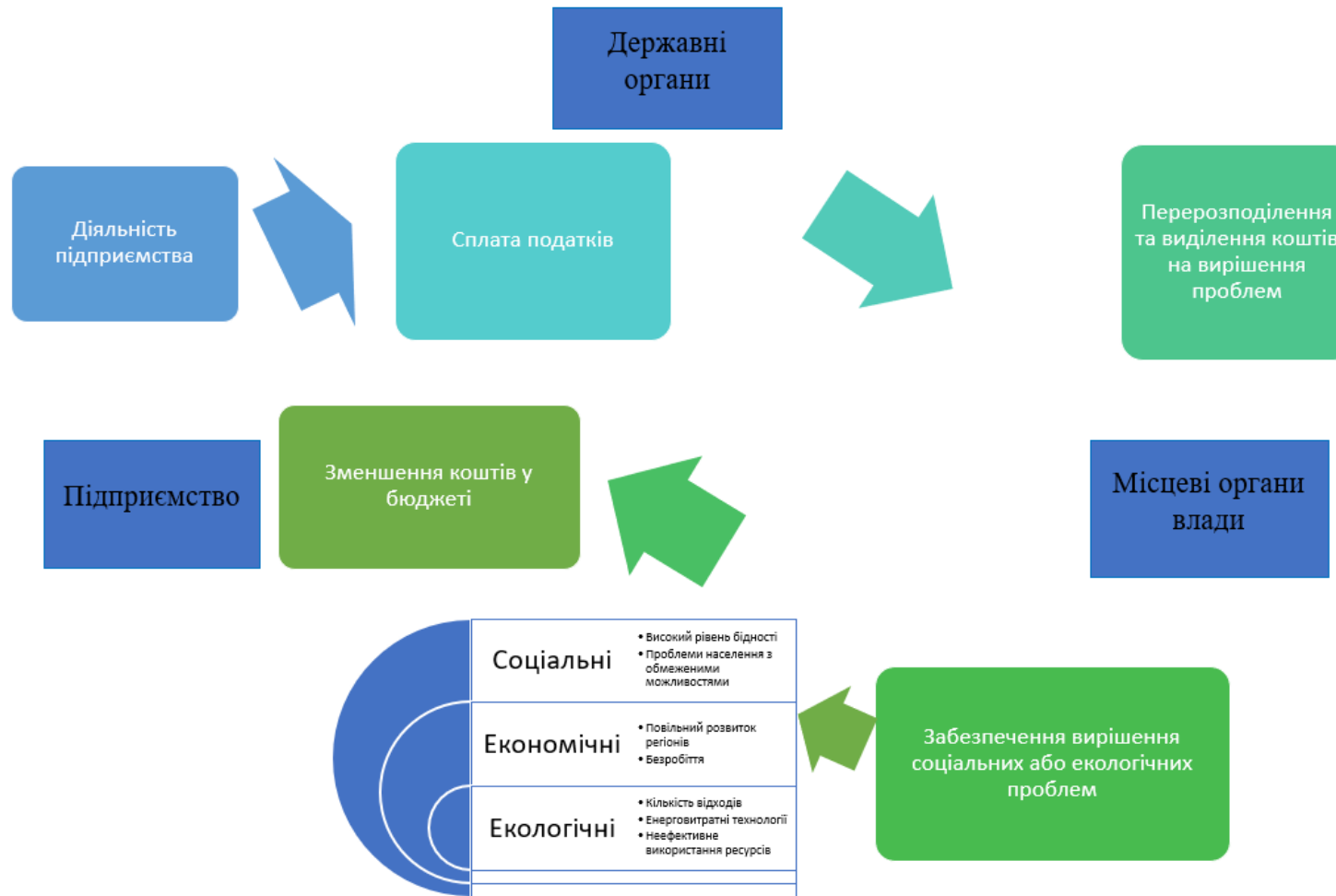


Рис. 3.8. - Соціально-економічний контекст для звичайного підприємства

Джерело: Складено автором

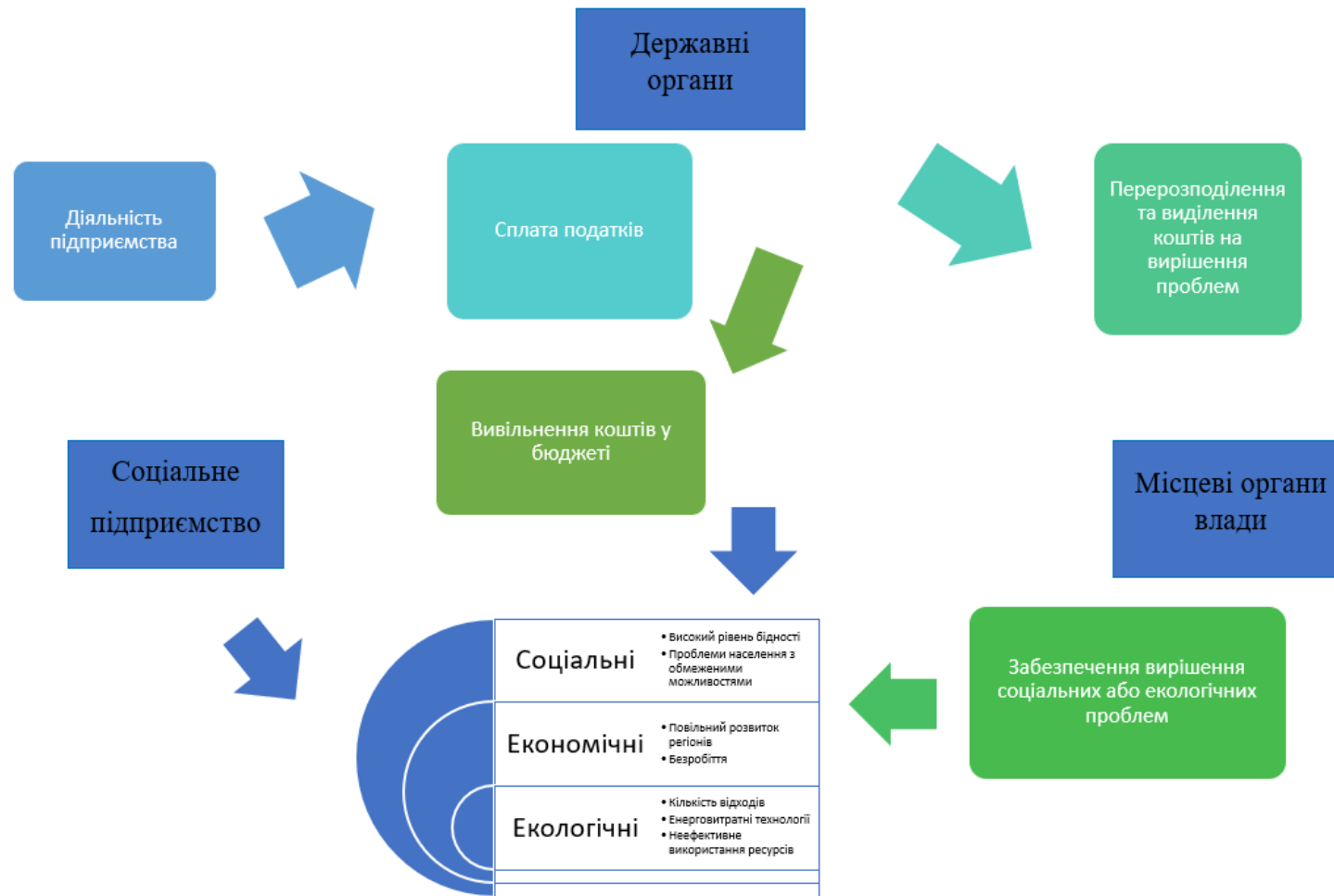


Рис. 3.9. - Соціально-економічний контекст для соціального підприємства

Джерело: Складено автором

Таким чином, як видно зі схем, можна зробити висновок, що соціально орієнтований бізнес виступає як каталізатор для позитивних змін у суспільстві, створюючи ефективні та стійкі рішення для складних викликів, з якими стикаються сучасні громади та економіки.

Узагальнюючи, можна сказати, що соціальний бізнес допомагає у наступних сферах:

1. Зміцнення партнерства: Розвиток соціально орієнтованого бізнесу вимагає зміцнення партнерства між урядом, бізнесом та громадськістю. Це сприятиме ефективному використанню ресурсів та максимізації впливу на вирішення соціальних та екологічних проблем.

2. Сприяння інноваціям: Соціально орієнтований бізнес часто стимулює інновації, які можуть мати позитивний вплив на розв'язання складних проблем, таких як бідність, забруднення навколишнього середовища та безробіття.

3. Створення вартості для всіх зацікавлених сторін: Соціально орієнтований бізнес забезпечує створення вартості не лише для власників та акціонерів, а й для співробітників, споживачів, спільноти та навколишнього середовища.

4. Стимулювання конкурентоспроможності: Підтримка соціально орієнтованого бізнесу може сприяти підвищенню конкурентоспроможності регіону або країни шляхом створення сприятливого бізнес-середовища та привабливості для інвестицій.

5. Вплив на загальність громадського добробуту: Розвиток соціально орієнтованого бізнесу може мати далекосяжні наслідки для загального громадського добробуту, сприяючи покращенню якості життя та зменшенню соціальної нерівності.

Для реалізації соціального підприємства на регіональному рівні, а також впровадження ідеї циркулярної економіки можна створити підприємство яке буде займатися переробкою відходів, таких як пластик, скло, папір або метал. Ці

матеріали можуть бути зібрані з місцевих підприємств, домогосподарств або вуличних контейнерів для сміття.

Потім ці відходи можуть бути перероблені у нові продукти або матеріали. Наприклад, пластик може бути перероблений у відновлені пляшки, контейнери або інші вироби, а скло може бути перероблене у скляні контейнери, ремесляні вироби або використовуватись для виготовлення вікон.

Також, соціальне підприємство може бути створене з метою надання робочих місць для людей з інвалідністю або інших вразливих груп населення. Це може включати людей з фізичними, розумовими або іншими видами обмежень.

Процес переробки може включати ручну роботу, що дозволяє працівникам із особливими можливостями брати участь у виробництві. Це створює можливості для соціальної інтеграції та розвитку навичок у цих груп населення.

Отримані продукти можуть бути продані на ринку, а прибуток може бути використаний для підтримки діяльності соціального підприємства та підтримки його співробітників.

Цей підхід допомагає не лише зменшити кількість відходів, а й сприяє соціальному розвитку та включенню вразливих груп населення у суспільство.

Згідно даних Центру управління відходами в Україні за рік утворюється понад 54 мільйонів кубічних метрів побутових відходів. Це близько 10 млн тонн, тобто 250-300 кг на людину. На жаль, понад 93% всіх побутових відходів потрапляють на сміттєзвалища. Яких в Україні, лише за офіційними джерелами, близько 6 тисяч з загальною площею понад 9 тисяч гектарів. Не санкціонованих звалищ, за різними даними, – від 27 до 35 тисяч!

Станом на 2021 рік існує національна мапа пунктів прийому вторсировини, що налічує 361 пункт. Проект було створено Всеукраїнським молодіжним рухом «Let's do it Ukraine» за підтримки компанії PepsiCo Україна. Також мапи Recycle Map та «Куди здати відходи» показують де і які відходи можна здати у різних населених пунктах. Перелік матеріалів, які можна здати, та етапи його підготовки можна знайти на офіційних сайтах.

Наразі в Україні є тільки один сміттєспалювальний завод, що знаходиться у м. Києві – завод «Енергія». Станом на 07.09.2019 року Міністерства розвитку громад та територій України функціонують 38 пунктів сміттєсортувальних, сміттєпереробних та сміттєспалювальних станції (заводи, комплекси). Загалом вони зосереджені у 15 областях, окрім Житомирської, Закарпатської, Миколаївської, Одеської, Херсонської, Черкаської та Чернігівської областях. [125]

У 2020 році в Україні лише 1,7 % побутових відходів було спалено, а 4,6 % – перероблено. У той час, як середні показники в Євросоюзі такі: 47% побутового сміття – йде на переробку; 28% – йде на спалення, виробляючи при цьому енергію; а 23% – надходить на полігони для захоронення. [126]

Розглянемо створення та діяльність сміттєпереробного підприємства детальніше. Ідея переробки сміття не є принципово новою, її вже реалізували інші фірми і компанії як в Україні, так і за кордоном. Головна особливість і відмінність нашої ідеї полягає у створенні саме соціального підприємства для цієї мети та залучення до роботи працівників з особливими потребами.

Пропонується розглянути створення такого підприємства з переробки сміття у Мереш'янській міській об'єднаній територіальній громаді.

Згідно даних з офіційного сайту громади, чисельність постійного населення складає 25 734 особи. [127]

Тобто за рік у громаді утворюється $25\ 734 * 300\ \text{кг} = 7\ 720,2$ тонн сміття. Майже все це сміття надійшло на полігон для захоронення, що являється неабиякою екологічною проблемою.

Частка мешканців у працездатному віці - 45%. Рівень безробіття - 2%. Таким чином у громаді наступна кількість працездатного безробітного населення: $25\ 734 * 45\% * 2\% = 231$ особа.

Детальний опис технології, організаційний та фінансовий план наведено у додатках А, Б, В, Г.

У результаті створення подібного підприємства вирішуються наступні питання:

Економічна складова ефективності:

1. Отримання прибутку. Завдяки організації підприємства можливо досягти чистої рентабельності витрат у 9,69% та окупності у 16 місяців.

Соціальна складова ефективності :

1. Створення робочих місць: Організація переробки відходів може створювати нові робочі місця для місцевого населення, включаючи роботу на виробництві, логістику, управління та інші супутні послуги. Працевлаштування 22 осіб при кількості безробітних 231 особа знижує рівень безробіття на 9,52%.

2. Підтримка місцевих ініціатив: Організація переробки відходів може сприяти розвитку місцевих ініціатив та спільних проєктів, зокрема, заохочуючи участь у програмах з відновлення природних ресурсів та охорони навколишнього середовища.

3. Зменшення соціальної нерівності: Проєкти переробки відходів можуть стати джерелом робочих місць та доходів для менш заможних чи вразливих груп населення, сприяючи зменшенню соціальної нерівності та вирівнюванню можливостей.

4. Стимулювання інновацій та підприємництва: Організація переробки відходів може сприяти розвитку інноваційних технологій та підприємницьких ініціатив у сфері вторинного використання матеріалів.

Екологічна складова ефективності проєкту:

1. Підвищення якості життя: Зменшення кількості відходів у середовищі може позитивно вплинути на якість повітря, води та ґрунту, що забезпечує здорове та безпечне життя для мешканців.

2. Екологічна освіта та свідомість: Проєкти переробки відходів можуть сприяти підвищенню екологічної свідомості серед населення та надавати можливості для екологічної освіти, включаючи програми рециклінгу та збір відходів.

При створенні підприємства також необхідно враховувати можливість виникнення ризиків. Зробимо SWOT-аналіз для виявлення ризиків та оцінки можливостей.

Сильні сторони (Strengths):

- Екологічна відповідальність: Підприємство сприяє збереженню навколишнього середовища та зменшенню кількості відходів.
- Стабільний попит: Зацікавленість у переробці відходів зростає, оскільки споживачі все більше усвідомлюють важливість екологічних питань.
- Технологічна інноваційність: Використання сучасних технологій може допомогти підприємству покращити ефективність та якість переробки відходів.

Слабкі сторони (Weaknesses):

- Високі витрати на початкове обладнання: Встановлення переробних ліній та інфраструктури може бути дорогим.
- Відсутність джерел фінансування.
- Відсутність досвіду роботи в сфері переробки відходів.
- Нестабільність ринку вторинної сировини: Ціни на вторинну сировину можуть коливатися, що може вплинути на прибутковість підприємства.

Можливості (Opportunities):

- Ринковий потенціал: Широкий спектр виробників та інших підприємств можуть зацікавитися послугами з переробки відходів.
- Розвиток нових технологій: Можливість впровадження нових технологій може допомогти підприємству покращити свої процеси та знизити витрати.
- Співпраця з місцевими органами влади: Співпраця з місцевими органами влади може допомогти підприємству отримати фінансову підтримку або інші переваги.
- Співпраця с місцевими комунальними службами: Можливо укласти договір з комунальними службами щодо встановлення контейнерів для сортування сміття. Компанія-переробник може самостійно займатися вивозом

частини відходів з цих контейнерів. Наприклад, переробне підприємство буде забирати скло, папір, метал та ПЕТ-пляшки.

– Незалежність: лінії переробки являються незалежними, тому для початку може бути встановлена лише одна лінія.

Загрози (Threats):

– Конкуренція: Зростаюча конкуренція у секторі переробки відходів може знизити ціни та прибутковість підприємства.

– Зміни в законодавстві: Зміни в екологічному законодавстві можуть вимагати від підприємства додаткових інвестицій або витрат на відповідність.

– Негативне громадське сприйняття: Негативна реакція громадськості на діяльність підприємства може погіршити його репутацію та призвести до втрат клієнтів.



Рис.3.10. - SWOT аналіз

Джерело: складено автором

Хорошим варіантом було б перейняти європейський досвід та повністю видозмінити систему управління відходами в Україні:

- розвивати систему сортування відходів, принаймні починаючи з великих міст
- забезпечити централізований вивіз сміття для тих місцевостей, де він відсутній (зокрема, 21% населення України не мають до цього доступу)
- збільшити штрафи за несанкціоноване викидання сміття та посилити екологічний контроль
- запровадити розширену відповідальність виробника (РВВ), яка передбачає повну відповідальність за те, що він випустив на ринок, в тому числі, збір, повторне використання/переробку чи утилізацію упаковки
- зайнятися пошуком інвесторів та будівництвом нових сміттєпереробних заводів
- розвивати екологічну свідомість у громадян та екологічну просвіту, починаючи з дитячих садочків та шкіл.

3.3 Економічне обґрунтування пропозицій щодо розробки організаційно-економічного механізму забезпечення соціально орієнтованих підприємств

У сучасному світі соціальні підприємства відіграють ключову роль у вирішенні соціальних, екологічних та економічних проблем, створюючи значний вплив на суспільство та довкілля. Однак для досягнення максимальної ефективності ці підприємства повинні використовувати різноманітні інструменти та стратегії.

Як вже зазначалось вище, для покращення ефективності діяльності соціальному бізнесу доцільно використовувати наступні інструменти:



Рис.3.11. - Інструменти підвищення ефективності діяльності соціального підприємства

Джерело: складено автором

Кожен з цих інструментів може вплинути на соціальне підприємство та сприяти розвитку сталого підприємництва. Представимо графічно, що саме відбувається під час такої взаємодії.

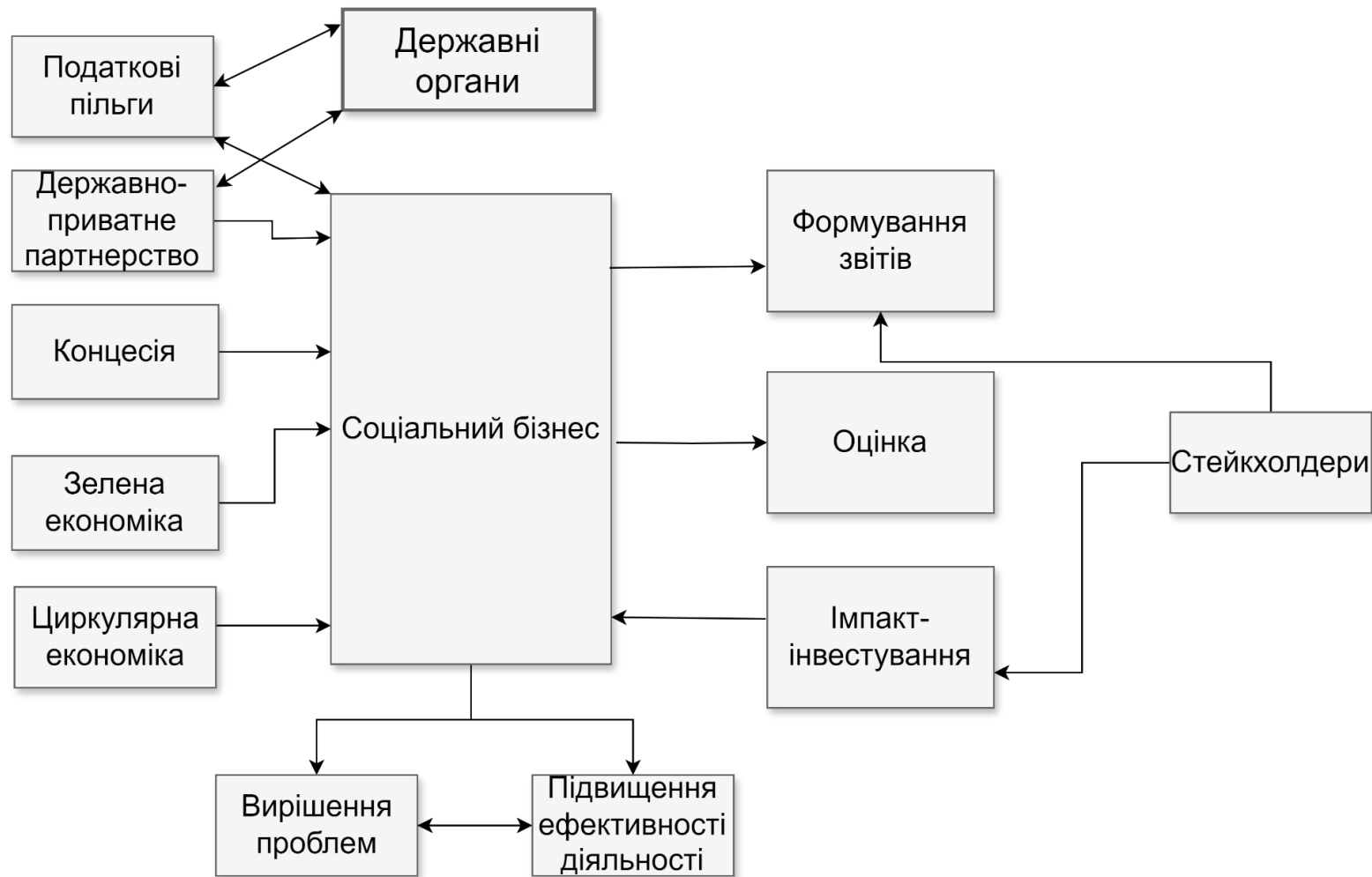


Рис.3.12.- Модель підвищення ефективності діяльності соціального підприємства

Джерело: складено автором

Розглянемо вплив кожного фактору на діяльність соціального підприємства.

Використання концесії (KCE):

$$KCE = \frac{VTR}{VDR} \times 100\%, \quad (3.8)$$

де:

VTR - вартість отриманих ресурсів за умови концесії;

VDR - загальна вартість ресурсів, необхідних для діяльності соціального підприємства.

Ця формула визначає ефективність використання концесії як співвідношення отриманих ресурсів до загальної вартості ресурсів.

Ідеї циркулярної та зеленої економіки (GEE):

$$GEE = \frac{SCR}{TC} \times 100\%, \quad (3.9)$$

де:

SCR - зменшення витрат на сировину після впровадження циркулярних та зелених практик;

TC - загальні витрати на сировину до впровадження цих практик.

Ця формула визначає відсоток зменшення витрат на сировину після впровадження циркулярних та зелених практик.

Податкові пільги (PP):

$$PP = \frac{PT}{PS} \times 100\%, \quad (3.10)$$

де:

PS - сума податкових пільг, отриманих соціальним підприємством;

PT - загальна сума податків, яку має сплатити соціальне підприємство.

Ця формула визначає ефективність отримання податкових пільг як співвідношення суми пільг до загальної суми податків.

Державно-приватне партнерство (GPP):

$$GPP = \frac{VG}{VGD} \times 100\%, \quad (3.11)$$

де:

VGD - вартість державних грантів або фінансування, отриманого в рамках партнерства;

VG - загальна вартість ресурсів, наданих державою або партнером.

Ця формула визначає ефективність державно-приватного партнерства як співвідношення отриманих ресурсів до загальної вартості ресурсів, наданих державою або партнером.

Діджиталізація (DI):

$$DI = \frac{PD}{PBD} \times 100\%, \quad (3.12)$$

де:

PD - прибуток після імплементації практик діджиталізації;

PBD - прибуток до імплементації практик діджиталізації.

Таким чином, для визначення загального ефекту від використання даних інструментів варто звести вищенаведені формули в єдину.

Отже, зведемо всі фактори в одну загальну формулу покращення економічного та організаційного забезпечення (IS) соціального підприємства:

$$IS = \left(\frac{KCE + GEE + PP + GPP + DI}{5} \right) \quad (3.13)$$

Ця формула бере до уваги ефективність використання концесії (KCE), ідей циркулярної та зеленої економіки (GEE), отримання податкових пільг (PP) та державно-приватного партнерства (GPP) і діджиталізації (DI). Кожен фактор

виражений у відсотках відносно максимальної можливої ефективності. Загальна ефективність визначається як середнє арифметичне значення всіх чотирьох факторів, помножене на 100 для виразу у відсотках.

Запропонована формула для покращення економічного та організаційного забезпечення соціальних підприємств враховує ключові фактори, які впливають на їхню ефективність та успішність. Ця формула дозволяє не лише оцінити поточний стан соціального підприємства, але й визначити напрямки подальшого розвитку та покращення. Використання цієї формули може сприяти збільшенню впливу соціальних підприємств на суспільство та створенню більш стійкого та ефективного бізнесу, спрямованого на досягнення соціальних цілей та збалансованого розвитку.

Способом візуалізації даної моделі може бути графік радіусного зображення. Такий графік дозволяє представити кожен компонент у вигляді радіусу, а інтегрований результат - у вигляді радіусної лінії, що об'єднує всі компоненти. Ось як може виглядати така модель:

Пояснення радіусної моделі:

- Компоненти (CE, GEE, PP, GPP, DI): Кожен компонент представлений у вигляді радіусу, що відображає його внесок у загальний результат.
- Інтегрований результат (IS): Радіусна лінія, що об'єднує всі компоненти, відображає загальний інтегрований результат.
- Кутові сектори: Кожен кутовий сектор між радіусними лініями представляє відсотковий внесок кожного компонента у загальний результат.
- Кількісна оцінка: Різний радіус кожного компонента відображає його кількісний внесок у загальний інтегрований результат.

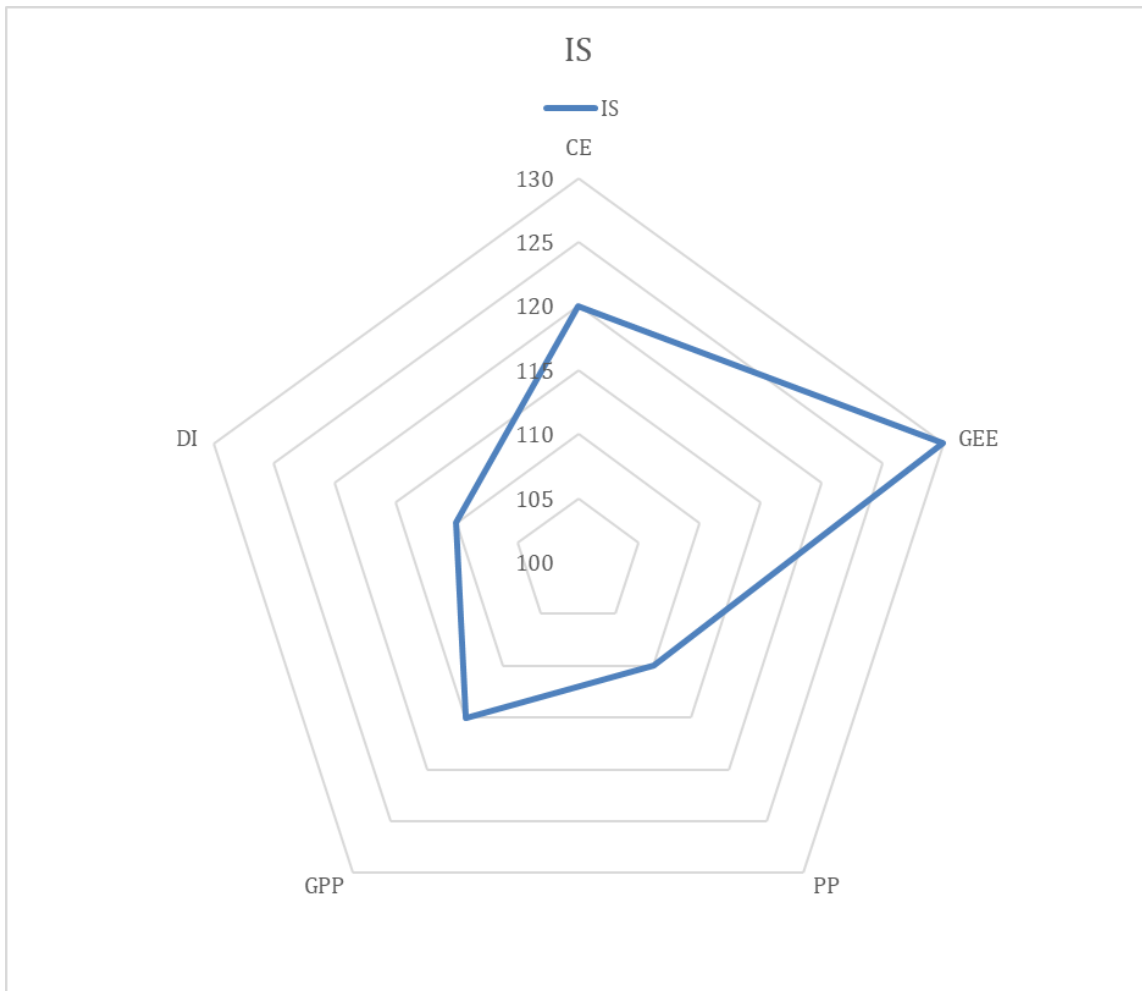


Рис. 3.13. – Графічне представлення моделі оцінки впливу покращення організаційного та економічного забезпечення

Джерело: складено автором

Ця модель може бути застосована для щорічної оцінки впливу підприємства, для підготовки звітів для інвесторів, державних органів, а також для внутрішнього стратегічного планування. Це дає змогу визначити, які ініціативи та дії підприємства призводять до соціальних та екологічних змін, а також як ці зміни впливають на його фінансові результати та загальний вплив на суспільство та навколишнє середовище.

Інвестори зможуть отримати чітке уявлення про соціальну та екологічну вартість своїх інвестицій. Це дозволить їм приймати більш обґрунтовані рішення щодо інвестування та сприятиме розвитку імпаکت-інвестування.

Урядові органи зможуть використовувати дані моделі для моніторингу та оцінки ефективності політик та програм в галузі сталого розвитку та соціально орієнтованого підприємництва.

Підприємство може використовувати модель для внутрішнього аналізу своєї діяльності та формулювання стратегічних цілей на майбутнє. Це допоможе визначити сильні та слабкі сторони бізнесу та спрямувати зусилля на підвищення соціальної та екологічної вартості.

Всі вищенаведені перспективні напрямки розвитку соціально орієнтованого бізнесу, враховуючи аспекти складових забезпечення можна представити як множину факторів X_i , де

- X_1 - Промоція соціального підприємництва в суспільстві;
- X_2 - Розбудова нормативно-правового поля для соціального підприємництва;
- X_3 - Забезпечення стабільного фінансування для соціальних підприємств;
- X_4 - Забезпечення доступу до ринків для соціальних підприємств;
- X_5 - Надання бізнес-послуг із розвитку соціального бізнесу;
- X_6 - Створення ефективної нормативно-правової бази для регулювання впливу підприємств на довкілля;
- X_7 - Впровадження контролю за шкідливими викидами;
- X_8 - Переоснащення підприємств сучасним інноваційним обладнанням;
- X_9 - Фінансова підтримка - наявність доступу до фінансування;
- X_{10} - Рівень менеджменту - якість управління підприємством;
- X_{11} - Рівень освіти та кваліфікації працівників;
- X_{12} - Інфраструктурна підтримка - доступ до необхідної інфраструктури;
- X_{13} - Ринкова підтримка - доступ до ринків збуту;
- X_{14} - Технологічна забезпеченість - рівень технологій, які використовуються;

– X_{15} - Політична стабільність - рівень стабільності політичного середовища;

– X_{16} - Податкова політика - сприятливість податкової системи.

Таким чином, для оцінки успіху підприємства завдяки використанню вищенаведених інструментів можна вивести наступну формулу:

$$Y = P(\text{успіх}) = f(X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_{16}), \quad (3.14)$$

Використовуючи логістичну регресію, представимо розширену формулу для розрахунку ймовірності успіху:

$$\log\left(\frac{P(\text{успіх})}{1-P(\text{успіх})}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_{16} X_{16}, \quad (3.15)$$

де:

β_0 - вільний член (константа);

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_{16}$ - коефіцієнти регресії, що показують вплив кожного з факторів на ймовірність успіху.

Коефіцієнти β визначаються на основі реальних даних про успішні та неуспішні соціальні підприємства за допомогою методу максимальної правдоподібності.

Якщо існують дані про різні аспекти розвитку соціальних підприємств та їх організаційно-економічного забезпечення, то використовуючи логістичну регресію, можна оцінити значення коефіцієнтів β і передбачити ймовірність успіху для нового соціального підприємства, підставивши значення факторів X_1, X_2, \dots, X_{16} .

Отримана ймовірність $P(\text{успіх})$ показує шанс успішного розвитку соціально орієнтованого підприємства за умови дотримання рекомендованих

напрямків розвитку та організаційно-економічного забезпечення. Це допоможе підприємцям і політикам визначити, які напрямки та аспекти мають найбільший вплив і куди слід спрямувати зусилля для досягнення найкращих результатів.

Дана формула може бути представлена графічно у вигляді кругової діаграми, це кожному фактору (X_1, X_2, \dots, X_{16}) буде відповідати певний сектор. Розмір сегментів відображає відносну важливість кожного фактору (відсоток впливу на успіх).

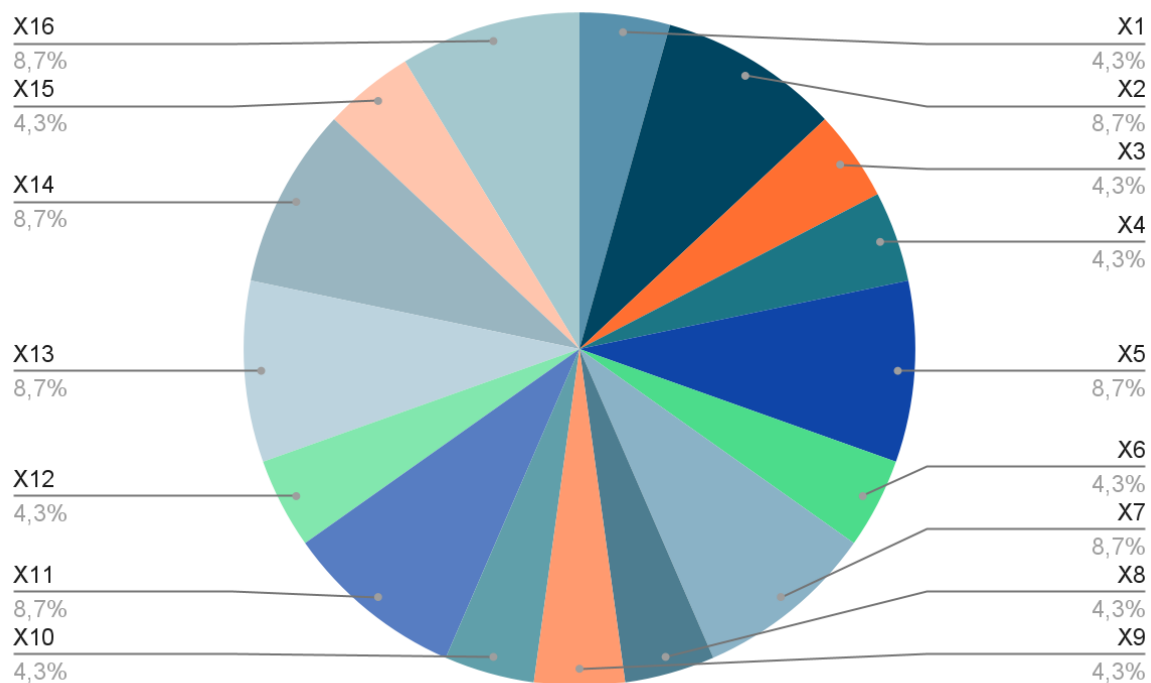


Рис. 3.14. - Графічне представлення важливості факторів (X_1, X_2, \dots, X_{16})

Джерело: складено автором

Використання широкого спектру змінних (від фінансової підтримки до політичної стабільності) забезпечує всебічний підхід до оцінки ймовірності успіху. Це дозволяє врахувати як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на розвиток соціального підприємництва.

На основі моделі можна розробити стратегічні плани для соціальних підприємств, визначаючи ключові області для інвестицій і розвитку. Дана модель допоможе також обрати потрібну стратегію підприємства. Схематично оцінка, розрахунок та аналіз представлені на рисунку 3.5.

Для цього потрібно виконати наступні дії:

1. Збір та підготовка даних:

Зібрати дані про соціальні підприємства, включаючи успішні та неуспішні приклади, з урахуванням всіх 16 змінних.

2. Побудова моделі логістичної регресії:

Використовуючи зібрані дані, оцінити коефіцієнти $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_{16}$ за допомогою методу максимальної правдоподібності.

3. Розрахунок ймовірності успіху:

Підставити значення факторів для конкретного соціального підприємства в формулу логістичної регресії. Розрахувати ймовірність успіху $P(\text{успіх})$.

4. Аналіз впливу факторів:

Вивчити коефіцієнти β для розуміння, які фактори мають найбільший вплив на успіх. Визначити фактори з найбільшими позитивними коефіцієнтами, які значно підвищують ймовірність успіху.

5. Вибір стратегії:

Зосередження на ключових факторах: Сфокусувати ресурси та зусилля на напрямках, що мають найбільший позитивний вплив на ймовірність успіху. Наприклад, якщо коефіцієнти для фінансової підтримки (X_9) та рівня менеджменту (X_{10}) є високими, варто приділити особливу увагу залученню інвестицій та підвищенню кваліфікації управлінців.

Виправлення слабких місць: Ідентифікувати фактори, які мають негативний вплив, та розробити стратегії для їх покращення. Наприклад, якщо технологічна забезпеченість (X_{14}) має низький рівень, слід інвестувати в нові технології та інновації.

Моніторинг і адаптація: Постійно моніторити показники успіху та ефективність обраної стратегії. При необхідності коригувати стратегію на основі нових даних та змін у зовнішньому середовищі.

Завдяки аналізу різних факторів, що впливають на успіх, підприємці можуть визначити ключові області, на які варто зосередити зусилля. Це сприяє більш обґрунтованому прийняттю рішень, підвищуючи шанси на успішне

впровадження соціальних ініціатив і досягнення позитивного впливу на суспільство.

Таким чином, використання цієї моделі дозволяє обирати стратегії, які максимізують ймовірність успіху, забезпечуючи сталий розвиток та ефективність соціально орієнтованих підприємств.



Рис 3.15. - Модель розрахунку успіху та вибору стратегії

Джерело: складено автором

Висновки до розділу 3

Отже, на основі проведених у розділі 3 досліджень можна зробити наступні висновки:

1. Проаналізовано та досліджено перспективні напрямки розвитку соціально орієнтованого бізнесу. Доведено, що зелена економіка, циркулярна економіка, державно-приватне партнерство, імпакт-інвестування та діджиталізація позитивно впливають на соціальний бізнес та підвищують його ефективність.

2. Запропоновано варіанти впровадження нормативно-правових актів для соціального підприємства, розглянуто категорійний апарат та основні характеристики. Пропонується відносити підприємства до соціального за наступними критеріями: працевлаштування соціально вразливих верств населення; соціальна мета діяльності, яка відповідає цілям сталого розвитку; впровадження інновацій.

Також пропонується запровадити особливий пільговий режим оподаткування для підприємств, що мають статус соціального.

Таким чином, необхідно виокремити соціальне підприємство у окрему організаційно-правову форму та внести відповідні зміни у нормативно-правові акти, зокрема Господарський кодекс України, Закон України "Про соціальні послуги", Земельний кодекс України та Податковий кодекс України.

3. Доведено, що соціально орієнтований бізнес може бути ефективним інструментом вирішення соціально-економічних та екологічних проблем. По-перше, такі підприємства цілеспрямовано вирішують соціальні чи екологічні проблеми через свою основну діяльність. По-друге, сплачуючи податки, вони також вносять свій вклад у бюджет, який може використовуватися для інших соціальних потреб. По-третє, діяльність може вивільняти кошти у місцевому бюджеті, оскільки деякі із завдань, що традиційно лежать на уряді, виконуються за рахунок приватної ініціативи.

4. Розроблено схему соціально-економічного контексту для соціального підприємства. Соціальне підприємництво з орієнтацією на соціальні цінності та відповідальність перед суспільством стає необхідним фактором для сталого розвитку бізнесу. Впровадження стратегій, спрямованих на забезпечення соціальної відповідальності, сприятиме покращенню якості життя споживачів та збільшенню конкурентоспроможності компаній у глобальному ринковому середовищі.

5. На основі запропонованих перспективних напрямків діяльності соціального підприємства запропоновано та розроблено план створення виробничого підприємства з переробки відходів. Виявлено, що створення такого підприємства допоможе скоротити безробіття, зменшить кількість відходів та дозволить отримати прибуток, який можливо інвестувати у підтримку місцевих ініціатив та програм.

6. Розроблено модель підвищення ефективності діяльності соціального підприємства. Запропоновано використовувати економіко-математичну модель для визначення ефективності використання концесії, циркулярної економіки, отримання податкових пільг, державно-приватного партнерства та діджиталізації підприємства. Використання цієї моделі може сприяти збільшенню впливу соціальних підприємств на суспільство та створенню більш стійкого та ефективного бізнесу, спрямованого на досягнення соціальних цілей та збалансованого розвитку.

Таким чином, виробництво і підприємництво з орієнтацією на соціальні цінності та відповідальність перед суспільством стає необхідним фактором для сталого розвитку бізнесу. Впровадження стратегій, спрямованих на забезпечення соціальної відповідальності, сприятиме покращенню якості життя споживачів та збільшенню конкурентоспроможності компаній у глобальному ринковому середовищі.

Висновки, які представлені в третьому розділі, представлені в публікаціях дисертації [111, 113, 124], згідно переліка використаних літературних джерел.

ВИСНОВКИ

У результаті дисертаційної роботи було проаналізовано ключові аспекти формування та розвитку підприємств, спрямованих на реалізацію соціальних цілей поряд із економічними. На основі проведеного дослідження було розроблено теоретико-методичні положення, практичні рекомендації та зроблено наступні висновки:

1. Було здійснено глибокий аналіз та систематизація існуючих досліджень у галузі соціально орієнтованого бізнесу. Виявлено, що тема залишається маловивченою і потребує додаткового аналізу та дослідження. Встановлено, що соціально орієнтований бізнес охоплює різноманітні аспекти, включаючи соціальне підприємництво, соціально відповідальне інвестування, та корпоративну соціальну відповідальність, що свідчить про його комплексний і багатогранний характер.

Так, соціальне підприємництво було визначено як діяльність, що включає не лише досягнення соціального ефекту, але й наявність бізнес-компоненту, що робить його особливо значущим у контексті ринкової економіки. Основні характеристики і концепції соціального підприємництва, висвітлені у дослідженні, відображають його важливість для сталого розвитку та інновацій у соціальній сфері.

2. Досліджено міжнародний досвід в галузі соціально орієнтованого бізнесу. Виявлено значні відмінності у підходах та рівні підтримки з боку держави в таких країнах, як США, Канада, Німеччина, Норвегія, Франція та Сингапур. Особливо підкреслено, що державна підтримка в європейських країнах значно перевищує таку в США, тоді як Канада, за даними Thomson Reuters Foundation, визнана найкращою країною для соціальних підприємців.

Також було проаналізовано різні моделі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), включно з американською, європейською та японською. Кожна з цих моделей має свої особливості та контекстуальну прив'язку, що підтверджує необхідність адаптації до місцевих умов. В Україні процес

становлення КСВ ще знаходиться на початковому етапі, але відмічається значне вплив державного регулювання порівняно з зарубіжними моделями, що вимагає подальшого дослідження та розвитку в цьому напрямку.

3. Проведено аналіз та дослідження організаційно-правових форм та податкових режимів, які оптимальні для заснування та функціонування соціальних підприємств в Україні. Розгляд громадського об'єднання, приватного підприємства чи ТОВ як потенційних організаційних форм дає змогу адаптувати структуру підприємства до специфіки діяльності, очікуваного обсягу прибутку та чисельності учасників.

Зосередження уваги на корпоративній соціальній відповідальності (КСВ) та розробка заходів для підвищення обізнаності громадян і введення податкових пільг для компаній, які активно впроваджують принципи КСВ, можуть стимулювати більш активну участь бізнесу в соціальному розвитку країни.

Розглянуто принципи та законодавчі акти, якими регулюється соціально відповідальне інвестування. Соціально-відповідальне інвестування передбачає вкладення фінансів інвестором не тільки з урахуванням матеріальних аспектів, а й соціальних, культурних та етичних.

4. Досліджено стан розвитку соціально орієнтованого бізнесу в Україні. Виявлено, що в Україні на даний момент працює близько 1000 соціальних підприємств, які активно впроваджують ініціативи КСВ. Розглянуті різні аспекти їх діяльності, включаючи організаційно-правовий статус, місії, розмір та географічне розташування.

Проведено аналіз діяльності підприємств КСВ, який виявив широкий спектр заходів, спрямованих на розвиток освіти, охорони здоров'я, культури, спорту та інших сфер. Переважна більшість ініціатив спрямована на дітей та молодь, а також на співробітників.

Додатково, проаналізовано динаміку капітальних інвестицій у соціальну сферу за період 2015-2022 років, яка дозволяє зрозуміти тенденції у розвитку цієї галузі. Зауважено, що в 2022 році спостерігається зниження кількості інвестицій

порівняно з попереднім роком, що може бути пов'язано з поточною економічною ситуацією в країні.

5. Досліджено перспективні напрямки розвитку соціально орієнтованого бізнесу. Ключовими сферами, які можуть значно підвищити ефективність та соціальний вплив таких підприємств є зелена економіка, циркулярна економіка, державно-приватне партнерство, імпакт-інвестування та діджиталізація.

Запропоновано план створення виробничого підприємства з переробки відходів у відповідь на цільові напрямки розвитку. Це не лише сприятиме зменшенню кількості відходів та скороченню безробіття, але й створить нові можливості для інвестування у місцеві ініціативи та програми, сприяючи загальному соціальному розвитку.

6. Розроблено економіко-математичну модель підвищення ефективності діяльності соціального підприємства, що базується на економіко-математичній моделі. Вона дозволить зорієнтувати підприємство на максимізацію соціального впливу за умови оптимального використання ресурсів та можливостей, які надають згадані перспективні напрямки розвитку. Усі ці кроки спільно можуть створити більш стійке та ефективне соціально орієнтоване підприємство, яке не лише приносить прибуток, а й активно сприятиме соціальному розвитку та покращенню якості життя в громаді.

7. Доведено, що пропозиції щодо впровадження нормативно-правових актів та пільгового режиму оподаткування для соціальних підприємств відображають важливий крок у сприянні розвитку соціального бізнесу в Україні. Створення спеціального юридичного статусу для соціальних підприємств та внесення змін до регулюючих актів дозволить чітко визначити цільову спрямованість та правовий статус таких організацій.

Ідеї визначення соціального підприємства за критеріями працевлаштування соціально вразливих верств населення, соціальної мети діяльності та впровадження інновацій відображає потребу в чіткій системі

класифікації та сприяє стимулюванню підприємств до реалізації соціально відповідальних проєктів.

8. Крім того, розроблено схему соціально-економічного контексту для соціального підприємства, яка відображає усвідомлення необхідності забезпечення балансу між доходами підприємства та його соціальним впливом. Ця схема надає чіткий план дій для розвитку бізнесу, спрямованого на досягнення соціальних цілей та збалансованого розвитку, що враховує інтереси суспільства та довкілля.

Всі ці кроки, спрямовані на створення сприятливого середовища для соціального підприємництва, можуть сприяти покращенню якості життя громад та сприяти сталому економічному та соціальному розвитку країни.

У цілому, розроблені пропозиції та моделі для розвитку соціального підприємництва відображають важливі кроки у напрямку створення стійкого та ефективного бізнесу, спрямованого на досягнення соціальних цілей. Впровадження запропонованих заходів може сприяти зростанню впливу соціальних підприємств на суспільство та забезпечити більш справедливий та збалансований розвиток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Романовська А. В., Величко В. В. Соціально орієнтований бізнес як аспект сталого розвитку території. Перспективи розвитку територій: теорія і практика : матеріали V Міжнар. науково-практ. конф. здобувачів вищ. освіти і молодих вчен., м. Харків, 18–19 листоп. 2021 р. / ред.: М. Сухонос та ін. Харків, 2021. С. 225–228.
2. Девід Борнштейн. Як змінити світ Соціальне підприємництво і сила нових ідей. - М.: Альпіна Паблішер, 2015. - 496 с. - ISBN 978-5-9614-5178-8.;
3. Robert Owen. Wayback Machine. URL: <https://web.archive.org/web/20060615213308/http://robert-owen.com/quotes.htm> (дата звернення: 01.05.2022).
4. King's College London. King's College London. URL: <https://www.kcl.ac.uk/nmpc/about-us/history> (дата звернення: 01.05.2022).
5. Life History of Vinoba Bhave. Information on Indian Culture, Tradition & Heritage. URL: <https://www.culturalindia.net/reformers/acharya-vinoba-bhave.html> (дата звернення: 01.05.2022).
6. Wikiwand - Social entrepreneurship. Wikiwand. URL: https://www.wikiwand.com/en/Social_entrepreneurship (дата звернення: 01.05.2022).
7. The 7th Social Business Day, organized by Nobel Peace Prize laureate Professor Muhammad Yunus, will be held on July 28-29 in Dhaka, Bangladesh. Banking Institute – National Research University Higher School of Economics.. URL: <https://binst.hse.ru/news/179693744.html> (дата звернення: 01.05.2022).
8. Georgia Levenson Keohane. Social Entrepreneurship for the 21st Century: Innovation Across the Nonprofit, Private, and Public Sectors. McGraw-Hill, 2013. 263 p.
9. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business. URL: <https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp->

content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf (дата звернення: 06.05.2022).

10. Yew E., Grumbar J. Interview with Ashoka Founder Bill Drayton - Egon Zehnder. Egon Zehnder. URL: <https://www.egonzehnder.com/what-we-do/breakthrough-leadership-programs/insights/interview-with-ashoka-founder-bill-drayton> (дата звернення: 06.05.2022).

11. Roberts N., King P. Policy Entrepreneurs: Catalysts for Innovative Public Policy. *Academy of Management Proceedings*. 1988. Т. 1988, № 1. С. 313–317. URL: <https://doi.org/10.5465/ambpp.1988.4981169> (дата звернення: 06.05.2022).

12. Waddock S. A., Post J. E. Social Entrepreneurs and Catalytic Change. *Public Administration Review*. 1991. Т. 51, № 5. С. 393. URL: <https://doi.org/10.2307/976408> (дата звернення: 06.05.2024).

13. Campbell S. Social entrepreneurship: how to develop new social-purpose business ventures. *Health Care Strateg Manage*. 1998 May;16(5):17-8.

14. Leadbeater C. The Rise of the Social Entrepreneur (Demos Papers). *Demos*, 1997. 115 с.

15. W. P. Ryan. The New Landscape for Nonprofits. *Harvard Business Review*. URL: <https://hbr.org/1999/01/the-new-landscape-for-nonprofits> (дата звернення: 09.05.2024).

16. CCSE (CANADIAN CENTRE FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP). Social entrepreneurship. Discussion Paper No. 1. School of Business at the, 2001.

17. Sullivan Mort G., Weerawardena J., Carnegie K. Social entrepreneurship: towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 2003. Т. 8, № 1. С. 76–88. URL: <https://doi.org/10.1002/nvsm.202> (дата звернення: 08.05.2022).

18. Emerson J. Blended Value. *International Encyclopedia of Civil Society*. Cham, 2020. С. 1–4. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-99675-2_67-1 (дата звернення: 09.05.2024).

19. Shaw E., Carter S. Social entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2007. Т. 14, № 3. С. 418–434. URL: <https://doi.org/10.1108/14626000710773529> (дата звернення: 10.05.2022).
20. Weerawardena J., Sullivan-mort G. Learning, Innovation and Competitive Advantage in Not-for-Profit Aged Care Marketing: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. 2001. Т. 9, № 3. С. 53–73. URL: https://doi.org/10.1300/j054v09n03_04 (дата звернення: 10.05.2022).
21. Thompson J. D., MacMillan I. C. *Social Entrepreneur's Playbook, Expanded Edition: Pressure Test, Plan, Launch and Scale Your Social Enterprise*. Wharton School Press, 2013. 234 с.
22. Mair J., Noboa E. Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture are Formed. *Social Entrepreneurship*. London, 2006. С. 121–135. URL: https://doi.org/10.1057/9780230625655_8 (дата звернення: 11.05.2022)
23. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2006. Т. 30, № 1. С. 1–22. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107>. (дата звернення: 11.05.2022).
24. Galushka Z. Phenomenon of social entrepreneurship: a concept and prospects of development in Ukraine. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv Economics*. 2013. № 148. С. 15–17. URL: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2013/148-2/4> (дата звернення: 15.05.2023).
25. Дзябка І. Соціальне підприємництво: види та основні характеристики. *ВІСНИК ЛЬВІВ. УН-ТУ. Серія соціол.* 2018. № 12. С. 258–274. URL: <https://doi.org/10.30970/vso.2018.12.19>. (дата звернення: 15.05.2023).
26. Leadbeater, C. Social enterprise and social innovation: strategies for the next ten years. A social enterprise think piece for the Office of Third Sector, November 2007. URL: <http://staging.community-wealth.org/sites/clone.community-wealth.org/files/downloads/paper-leadbeater.pdf> (дата звернення: 12.05.2022)

27. Building on our History of Responsible Investing. Amundi US Retail. URL: <https://www.amundi.com/usinvestors/About-Us/Responsible-Investing> (дата звернення: 08.05.2024).
28. O'Keefe P., Rifkin J., Barber R. The North Will Rise again: Pensions, Politics, and Power in the 1980s. *Economic Geography*. 1979. Т. 55, № 1. С. 91. URL: <https://doi.org/10.2307/142736> (дата звернення: 06.05.2024).
29. Richardson B. J. *Socially responsible investment law: Regulating the unseen polluters*. New York : Oxford University Press, 2008. 600 с.
30. Home. Ceres: Sustainability is the bottom line. URL: <https://www.ceres.org/> (дата звернення: 26.04.2022).
31. Home | The Foundation for Social Entrepreneurs |. UnLtd - Home | The Foundation for Social Entrepreneurs |. URL: <https://www.unltd.org.uk/> (дата звернення: 27.05.2022).
32. RF | Home. The Rockefeller Foundation. URL: <https://www.rockefellerfoundation.org/> (дата звернення: 28.04.2022).
33. Better Society Capital. Better Society Capital. URL: <https://bettersocietycapital.com/> (дата звернення: 26.05.2022).
34. Васильчук І. Теоретико-методологічні засади й еволюція концепції соціально відповідального інвестування. *Бізнес Інформ*. 2015. № 1. С. 21–28.
35. Hancock J. Green legislation and other outside influences. *An Investor's Guide to Ethical & Socially Responsible Investment Funds* / ред. J. Hancock. L.: Kogan Page, 2005. С. 25–38
36. Harrison H. How well do you know your client?. *An Investor's Guide to Ethical & Socially Responsible Investment Funds* / ред. J. Hancock. L.: Kogan Page, 2005. С. 93–98.
37. Impact investments: a call for (re)orientation / Т. Busch та ін. *SN Business & Economics*. 2021. Т. 1, № 2. URL: <https://doi.org/10.1007/s43546-020-00033-6> (дата звернення: 28.05.2022).

38. Лазар Ю.В. Сучасні тренди розвитку соціально відповідального інвестування: закордонний та вітчизняний досвід / Ю.В. Лазар, О.С. Завальна // *Механізм регулювання економіки*, 2012. № 4. С. 190–196.
39. Редько К.Ю. Соціальне підприємство як основа для переходу до циркулярної економіки в Україні. // *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*, Київ, 2023. №25. С.32-38.
40. Calvert. | Calvert. URL: <https://www.calvert.com/calvert-indexes.php> (дата звернення: 25.01.2022).
41. Романовська А. В. Критерії оцінювання ефективності діяльності соціально орієнтованого підприємства // *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. Серія: "Економічні науки", 2024. №4. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-4-9855>
42. Дяковський Д. А. Соціально-відповідальні інвестиції як перспективний напрям інвестиційної діяльності: сутність і тенденції. *Наукові записки Національного університету "Києво-Могилянська академія"*. 2016. Т. 1, вип. 1. С. 62–68.
43. ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ. Дія.Бізнес - Головна сторінка. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/sustainable-development-goals/cili-stalogo-rozvitku> (дата звернення: 06.06.2022).
44. Шкура І. С. Розвиток соціально відповідального інвестування у світі. *Academy review*. 2018. Т. 1, № 48. С. 80–88. URL: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2018-1-48-9> (дата звернення: 16.05.2022).
45. Іванова Т. Аналіз міжнародного досвіду соціально-відповідального інвестування. *СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ. Інтелект XXI*. 2018. № 6. С. 29–32.
46. ISO - ISO 26000 – social responsibility. *ISO*. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (дата звернення: 13.03.2022).
47. Suprun N. Corporate social responsibility and social inclusive (in the context of the objectives of the strategy Europe-2020). *Ukrainian society*. 2013. Т.

2013, № 2. С. 163–176. URL: <https://doi.org/10.15407/socium2013.02.163> (дата звернення: 22.04.2022).

48. Соціальна відповідальність : навч. посіб / А. Колот та ін. ; ред. А. Колот. Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.

49. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ : Агентство "Стандарт", 2006. 302 с.

50. Створення умов для поширення соціальної відповідальності бізнесу в Європі (публікація Європейської Комісії): Зелена Книга . — Брюссель, 18.7.2001, COM (2001) 366 фінальний. 34 с.

51. Carroll A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The academy of management review*. 1979. Т. 4, № 4. С. 497. URL: <https://doi.org/10.2307/257850> (дата звернення: 12.05.2022).

52. Глобальний договір ООН в Україні | global compact. Global Compact. URL: <https://globalcompact.org.ua/gd-oon-v-ukraini/> (дата звернення: 07.05.2022).

53. GRI - home. GRI - Home. URL: <https://www.globalreporting.org/> (дата звернення: 31.05.2022).

54. Керівні принципи ОЕСР – Вінницька обласна військова адміністрація. Офіційний вебсайт – Вінницька обласна військова адміністрація. URL: <https://www.vin.gov.ua/invest/mizhnarodne-spivrobitnytstvo/38756-kerivni-pryntsyuru-oesr> (дата звернення: 19.05.2022).

55. Цілі сталого розвитку. UNDP. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku> (дата звернення: 19.05.2022).

56. Що таке КСВ? - bazilik media. Bazilik Media. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-ksv/> (дата звернення: 19.05.2022).

57. Carroll A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*. 1991. Т. 34, № 4. С. 39–48. URL: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-g](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-g) (дата звернення: 20.05.2022).

58. Романовська А.В., Величко В.В. Аспекти складових забезпечення діяльності соціально-орієнтованого бізнесу. Проблеми розвитку ринку фінансових послуг. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 17 листопада 2022 р. Харків: Харк. нац. ун-т будів. та архіт., 2022. 106 с. С. 11-14.

59. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник. / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: “Економічна думка”. 2006. 390 с.

60. Соціально-економічний розвиток України на початку XXI ст.: Зб. доп. 76-ї наук. конф. студ. КНЕУ. 22-23 квіт. 2007 р. /Відп. за вип.: М. І. Мирун, О. А. Петухова. К.: КНЕУ, 2009. 390 с.

61. Величко В.В., Романовська А.В. Особливості вибору стратегії розвитку соціально орієнтованих підприємств. Підприємництво та бізнес-адміністрування: сучасні виклики, тренди та трансформації [Електронний ресурс] : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Харків, 01 – 28 лютого 2022 р. / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова [та ін.] ; [редкол. : П. Т. Бубенко, О. Ю. Палант, С. Ю. Юр’єва]. Електронні текстові дані. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. С. 181.

62. Top 5 universities offering social entrepreneurship programs – HotCubator | Learn| Grow| Catalyse. HotCubator | Learn| Grow| Catalyse. URL: <https://hotcubator.com.au/social-entrepreneurship/top-5-universities-offering-social-entrepreneurship-programs/> (дата звернення: 01.06.2022).

63. The State of Social Enterprise and the Law. Social Enterprise Law Tracker. URL: https://socentlawtracker.org/wp-content/uploads/2022/08/2021-2022_Grunin_Tepper_Report.pdf (дата звернення: 07.06.2022).

64. Social enterprise certification. Buy Social Canada. URL: <https://www.buysocialcanada.com/services/social-enterprise-certification/> (дата звернення: 07.05.2022).

65. SME profile: social enterprises in Canada. Language selection - Innovation, Science and Economic Development Canada Main Site / Sélection de la langue - Site principal d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada.

URL: <https://ised-isde.canada.ca/site/sme-research-statistics/en/research-reports/sme-profile-social-enterprises-canada> (дата звернення: 17.05.2022).

66. Göler von Ravensburg N., Mildenberger G., Krlev G. Social Enterprise in Germany. *Social Enterprise in Western Europe*. 2021. С. 85–101. URL: <https://doi.org/10.4324/9780429055140-5-7> (дата звернення: 15.05.2022).

67. Les structures d'insertion par l'activité économique (SIAE). Loire-atlantique.fr. URL: https://www.loire-atlantique.fr/44/insertion-emploi/les-structures-d-insertion-par-l-activite-economique-siae/c_1416898 (дата звернення: 07.06.2022)

68. Boosting social enterprise development. OECD, 2017. URL: <https://doi.org/10.1787/9789264268500-en> (дата звернення: 17.06.2022).

69. About raiSE. raiSE. URL: <http://www.raise.sg/about/about-menu/about-us.html> (дата звернення: 18.06.2022).

70. Guide To Understanding Social Enterprises In Singapore. DollarsAndSense Business. URL: <https://dollarsandsense.sg/business/guide-to-understanding-social-enterprises-in-singapore/> (дата звернення: 22.06.2022).

71. Romanovska A., Velichko V. Theoretical principles and prospects of using models of functioning of socially responsible business. *Series: economic science*. 2022. Т. 2, № 169. С. 86–90. URL: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2022-2-169-86-90> (дата звернення: 07.05.2024).

72. Македон В.В. Дослідження процесів забезпечення соціальної відповідальності у провідних моделях корпоративного управління//Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Сер. : Економічні науки. 2012. Вип. 126. С. 198–206

73. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядж. Каб. Міністрів України від 24.01.2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text> (дата звернення: 08.09.2022).

74. Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна». Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL:

<https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf>
(дата звернення: 01.09.2022).

75. Індикатори цілей сталого розвитку. Indicators For The Sustainable Development Goals. URL: <https://sdg.ukrstat.gov.ua/uk/goals/> (дата звернення: 03.09.2022).

76. Проект Закону України від 11.03.2013 № 2508. ІПС ЛІГА:ЗАКОН - система пошуку, аналізу та моніторингу нормативно-правової бази. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JG1XO00A?an=3> (дата звернення: 08.08.2022).

77. Про затвердження плану заходів на 2019 рік щодо реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 роки : Розпорядж. Каб. Міністрів України від 14.08.2019 р. № 657-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/657-2019-p#Text> (дата звернення: 18.09.2022).

78. Про затвердження плану заходів на 2020 рік щодо реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 роки : Розпорядж. Каб. Міністрів України від 08.07.2020 р. № 839-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/839-2020-p#Text> (дата звернення: 18.05.2022).

79. Кокоть В., Регелюк С., Бочарнікова А. Розвиток соціального підприємництва в Україні. Біла книга. / ред. В. Кокоть. Київ, 2020. 98 с.

80. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Synthesis Report. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2015. 142 с. URL: <https://doi.org/10.2767/458972>. (дата звернення: 22.09.2022).

81. Про підприємництво : Закон України від 07.02.1991 р. № 698-ХІІ : станом на 11 лют. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text> (дата звернення: 22.09.2022).

82. Господарський кодекс України : Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV : станом на 8 берез. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 23.09.2022).

83. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI : станом на 1 квіт. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 23.09.2022).

84. Про затвердження національних стандартів України, державних класифікаторів України, національних змін до міждержавних стандартів, внесення зміни до наказу Держспоживстандарту України від 31 березня 2004 р. № 59 та скасування нормативних документів : НАКАЗ від 28.05.2004 р. № 97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0097609-04#n34> (дата звернення: 23.09.2022).

85. Про громадські об'єднання : Закон України від 22.03.2012 р. № 4572-VI : станом на 27 лип. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення: 28.09.2022).

86. Про благодійну діяльність та благодійні організації : Закон України від 05.07.2012 р. № 5073-VI : станом на 23 січ. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17#Text> (дата звернення: 28.09.2022).

87. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.

88. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядж. Каб. Міністрів України від 24.01.2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-р#Text> (дата звернення: 01.10.2022)

89. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР : станом на 16 жовт. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр#Text> (дата звернення: 02.10.2022).

90. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР : станом на 27 квіт. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text> (дата звернення: 02.10.2022).

91. Про захист прав споживачів : Закон України від 10.06.2023 р. № 3153-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20#Text> (дата звернення: 02.10.2022).

92. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 р. № 2704-VIII : станом на 31 груд. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення: 02.10.2022).

93. Кодекс законів про працю України : Кодекс України від 10.12.1971 р. № 322-VIII : станом на 24 груд. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 02.10.2022).

94. CSR Ukraine | CSR Ukraine. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/> (дата звернення: 03.10.2022).

95. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. Укладачі: Зінченко А., Саприкіна М. – К.: Видавництво «Юстон», 2017. 52 с. Координація роботи: ФОП Мартиросова В. URL: <https://csr-ukraine.org/research/rozvitok-ksv-v-ukraini-2010-2018/> (дата звернення: 04.10.2022).

96. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII : станом на 10 жовт. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (дата звернення: 08.10.2022).

97. Громадська організація «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI». Каталог соціальних підприємств України 2016–2017 / Керівник програми В. Назарук. Київ : Вид. дім "КиєвоМогил. акад.", 2017. 302 с.

98. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ. Економіко-правовий аналіз/ ред. І.С. Каменко. URL:<https://euneighbourseast.eu/news/publications/social-entrepreneurship-in-ukraine-economic-and-legal-analysis/> (дата звернення: 10.10.2022).

99. Величко В.В., Романовська А. В СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ. Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти

становлення (випуск 85): матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна, м. Ополе, Польща, 15-16 лютого 2024 р.)

100. Соціально орієнтований бізнес у контексті соціально-економічного розвитку регіонів / О. Димченко та ін. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2024. № 4. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-1-9562> (дата звернення: 08.05.2024).

101. Що таке корпоративна соціальна відповідальність і чому вона важлива – пояснює експертка | Новини | Українське радіо. Головна | Українське радіо. URL: <https://ukr.radio/news.html?newsID=91170> (дата звернення: 23.10.2022).

102. Практики КСВ в Україні 2019 / Під ред. Саприкіної М.; Центр «Розвиток КСВ». К.: 2019. 152 с.

103. Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 рр. CSR Ukraine: вебсайт. URL: <https://csr-ukraine.org/research/vnesok-ukrainskogo-biznesu-sdg/> (дата звернення: 29.10.2022).

104. Другий каталог КСВ-ініціатив 2020-2021 рр. | CSR Ukraine. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/materials/drugiy-katalog-ksv-iniciativ-2020-2021-rr/> (дата звернення: 29.10.2022).

105. Бутенко Д. С., Сороченко Д. М. Формування програми корпоративної соціальної відповідальності бізнес-структур. *Efektivna ekonomika*. 2024. № 1. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.58> (дата звернення: 28.10.2022).

106. Людський розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій (колективна науково-аналітична монографія). Київ : Ін-т демографії та соціальн. дослідж.; Держкомстат України, 2006. 356 с.

107. Мельничук Л. Сутність та значення соціальних інвестицій. Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. 2016. № 11. С. 434–437.

108. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.10.2022).

109. Івасішина Н. В., Романовська, А. В. Державно-приватне партнерство у житлово-комунальному господарстві. Економіко-правові аспекти державно-приватного партнерства в умовах децентралізації економіки України: матеріали всеукр. наук.-практ інтернет-конф. молодих учених і студентів , 1-28 лют. 2017р, Харків. С.203-205

110. Модель циркулярної економіки. Дія.Бізнес - Головна сторінка. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/impact-investment/model-cirkularnoi-ekonomiki> (дата звернення: 28.10.2022).

111. Romanovska A., Velychko V. Socially oriented business as a tool of anti-crisis development of territories // Anti-crisis management: state, region, enterprise.- Collective monograph. – Kaunas, Lithuania: «Baltija Publishing»; 2020. – С. 138-150 . URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-020-9-10> (дата звернення: 28.10.2022).

112. Що таке імпакт-інвестування?. Дія.Бізнес - Головна сторінка. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/impact-investment/so-take-impakt-investuvanna> (дата звернення: 29.10.2022).

113. Романовська А. В. Діджиталізація соціального підприємства як фактор розвитку фінансово-економічних відносин. «Наукові інновації та передові технології». 2024. № 5(33). С. 403–410. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5\(33\)-403-410](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5(33)-403-410).

114. Про соціальні послуги : Закон України від 17.01.2019 р. № 2671-VIII : станом на 31 груд. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> (дата звернення: 08.02.2023).

115. Земельний кодекс України : Кодекс України від 25.10.2001 р. № 2768-III : станом на 26 січ. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text> (дата звернення: 08.02.2023).

116. Horbal N., Lomaha Y. Circular economy – the basis of sustainable enterprise development. Journal of Iviv polytechnic national university. series of economics and management issues. 2022. Т. 6, № 1. С. 9–24. URL: <https://doi.org/10.23939/semi2022.01.009> (дата звернення: 09.02.2023).

117. Імпакт-інвестування - новітня фінансова стратегія - Промприлад. Реновація. Промприлад. Реновація. URL: <https://promprylad.ua/ua/impact-investing-undp/> (дата звернення: 10.02.2023).

118. Про державно-приватне партнерство : Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI : станом на 3 верес. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (дата звернення: 10.02.2023).

119. Економічна правда. Як колаборація бізнесу та держави допоможе відновлювати Україну. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/19/689341/> (дата звернення: 16.02.2023).

120. Галушкіна Т., Мусіна Л., Потапенко В. Основні засади впровадження моделі «зеленої» економіки в Україні : навч. посіб. / ред. Т. Галушкіна. Київ : Ін-т екол. упр. та збаланс. природо-користування, 2017. 154 с.

121. Green finance key for sustainable development of economy. International journal of advanced research in science, communication and technology. 2022. С. 80–88. URL: <https://doi.org/10.48175/ijarsct-2239> (дата звернення: 01.03.2023).

122. OECD (2011), Towards Green Growth. Monitoring Progress: OECD Indicators. URL: <https://www.oecd.org/greengrowth/48224574.pdf> (дата звернення: 04.03.2023).

123. Про концесію : Закон України від 03.10.2019 р. № 155-IX : станом на 31 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-20#Text> (дата звернення: 08.04.2023).

124. A. Romanovska, V. Velychko, L. Shumeiko Prospective directions of development of socially oriented business in Ukraine. Міжнародного форуму «Молоді дослідники у глобалізованому світі: підходи та виклики», (Харків, квітень 2021 року ХНУМГ імені О. М. Бекетова).303с. С.129-132.

125. Сортування та переробка сміття в Україні | MCL – професійні послуги з менеджменту, консалтингу та права у сфері екології. MCL – професійні послуги з менеджменту, консалтингу та права у сфері екології | ТОВ «ЕМСІЕЛ» багатопрофільна компанія, що надає професійні послуги з менеджменту, консалтингу та права у сфері екології. URL: <https://mcl.kiev.ua/sortirovka-i-pererabotka-musora-v-ukraine/> (дата звернення: 05.01.2024).

126. Як ви думаєте, скільки сміття в Україні?. Центр управління відходами. URL: <https://www.facebook.com/WasteManagementCenter/posts/2852747561655546> (дата звернення: 08.01.2024).

127. Паспорт громади. Мереф'янська громада. URL: <https://merefaotg.gov.ua/pasport-gromadi-10-29-53-18-08-2017/>. (дата звернення: 09.01.2024).

ДОДАТКИ

Організаційний план створення підприємства по переробці відходів

Пропонується створити товариство з обмеженою відповідальністю, яке буде спеціалізуватись на вторинній переробці скла, ПЕТ-пляшок, чорного металу та паперу.

Назва підприємства: "Соціальна Зелена Ініціатива".

Місія: "Наша місія - змінювати світ до кращого, працюючи разом з місцевими спільнотами та захищаючи навколишнє середовище. Ми присвячені створенню інноваційних рішень у сфері переробки відходів, що сприяють екологічній сталості та соціальній справедливості."

Слоган: "Змінюємо світ разом - для зеленого та соціально справедливого завтрашнього."

Основний вид діяльності за КВЕД – розділ 38, збирання, оброблення й видалення відходів; відновлення матеріалів.

Цей розділ включає збирання, оброблення та видалення відходів. Це також включає місцеві перевезення відходів та експлуатацію засобів утилізації відходів (тобто одержування з відходів відсортованих відновлюваних матеріалів).

Заплановане місцезнаходження даного виробництва - виробниче приміщення у м. Мерефа.

Сильні сторони підприємства:

- Вдале місцезнаходження, що дозволяє знизити витрати на отримання сировини і полегшить логістичне завдання;
- Простота технології дозволить мати невелику кількість персоналу, що значно зменшить витрати та спростить управління підприємством;
- Швидке відшкодування вкладених інвестицій;
- Низька собівартість продукції;
- Екологічний ефект від переробки;
- Можливість працевлаштування людей з особливими потребами.

- Перспективи розвитку підприємства:
- Збільшення об'єму переробки відходів;
- Розширення клієнтської бази;
- Створення філій.

Мале підприємство з сортування та переробки відходів потребує мінімальних інвестицій, і забезпечує високий рівень рентабельності. Адже щоб займатися ним, достатньо обладнати відповідним чином виробниче приміщення, придбати необхідне обладнання, технологічне устаткування, матеріали для виробництва.

Опис технології

Для переробки скла, паперу, пластику та металу потрібне різноманітне обладнання залежно від конкретного типу матеріалу та процесу переробки. Роздивимось детальніше процес переробки.

Ось кілька загальних видів обладнання для цих матеріалів:

1. Переробка скла.

Скляний компонент міських відходів зазвичай складається з пляшок, битого скляного посуду, скляних банок та інших предметів. Обробка та використання переробленого скла у виробництві зберігає сировину та зменшує споживання енергії. Те, що не переробляється, а подрібнюється, зменшує обсяги відходів, що відправляються на звалища.

Після вилучення з контейнерів скло сортується за кольором і промивається для видалення будь-яких домішок. Потім матеріал подрібнюють, розплавляють і переробляють у нові продукти. Непошкоджені пляшки та банки повертаються до заводів, що спеціалізуються на виготовленні пива, соків та інших продуктів харчування. Після ретельного очищення, дезінфекції та стерилізації тара готова для повторного використання. Нестандартні пляшки переплавляють та виготовляють нові, а також піноскло та дрібнозернистий бетон, плитку та скляну черепицю.

Обладнання. Пропонується використовувати автоматичну лінію переробки тарного склабою науково-виробничої фірми Прорекологія.

На вході сировина проходить конвеєр ручного сортування, на якому для відбору магнітних домішок встановлені підвісний пластинчастий магнітний сепаратор ПН-А і шківний магнітний сепаратор Ш з феритовою магнітною системою для відбору крупних феромагнітних включень.

Відсортований від крупних домішок (картон, пет-пляшка, каміння, папір, феромагнітні включення, ін.) склобій подається на дробарку. Після дробарки склобій потрапляє в сушильний барабан, де відбувається самоочищення від бруду та пилу. З сушильного барабану склобій подається на вібросито, де відбувається відділення фракції 0-5 мм. Ця фракція містить до 50 % скла. Найчастіше вона виводиться у відходи. Якщо по складу даної фракції це допустимо, ми пропонуємо додрібнювати її до фракції -1,5 +0 мм і додавати в шихту.

На віброситі, над яким встановлено витяжку, відділяється папір, етикетки, скляний пил.

Фракція +20 мм подається на валкову дробарку, яка призначена для подрібнення горловин.

Фракція -20 +5 мм і фракція 0-20 мм після вібросита поступає на конвеєр, де за допомогою магнітного барабанного сепаратора БС або магнітного шківного сепаратора Ш з неодимовою магнітною системою, відбувається видалення дрібних магнітних домішок.

Кінцева стадія сепарації – видалення домішок кольорових металів на вихреструмовому сепараторі ВС.

Після вихреструмового сепаратора передбачений контрольний пост для видалення випадкових сторонніх предметів.

Перероблений склобій може містити в собі мінеральні домішки і кольорове скло. Видалити їх можна двома способами. Перший спосіб: встановити додатковий пост ручного сортування перед основною дробаркою.

Другий: пропустити склобій через оптичний сепаратор СПО, заздалегідь відмивши на вібромийці і висушивши.

При цьому необхідно враховувати, що разом з водою буде втрачена дрібна фракція (близько 5 %). Без ефективної мийки покупний склобій не сепарується.

На виході отримуємо перероблений скляний пісок. Скляний пісок може використовуватись у будівництві, виготовленні бетону, виготовленні прикрас та виробництві скла.

2. Переробка паперу.

Переробка однієї тонни газетного паперу економить близько 1 тонни деревини, тоді як переробка 1 тонни паперу для друку або копіювального паперу економить трохи більше 2 тонн деревини. Переробка паперу спричиняє на 35% менше забруднення води та на 74% менше забруднення повітря, ніж виробництво первинного паперу.

Процес переробки макулатури найчастіше передбачає змішування використаного/старого паперу з водою та хімічними речовинами для його розщеплення. Потім його подрібнюють і нагрівають, очищають, видаляють чорнило, відбілюють і змішують з водою. Потім з нього можна зробити новий перероблений папір.

Обладнання. Пропонується використовувати автоматичну лінію для переробки макулатури та виробництва паперової основи Машина папероробна: Тип БДМ - плоскіткова з одним циліндром.

У процесі паперові відходи розмелюються на шматочки, потім відбувається змішування відходів з водою, щоб створити пульпу. На останньому етапі відбувається формування пульпи у різні форми, такі як листи паперу або картон.

Продукція, що одержується - макулатурна основа марки ТМ.

Вага паперового полотна на виході – 17-50г/м².

3. Переробка металу.

Процес виплавки металу достатньо енергозатратний. Набагато дешевшими є технології рециклінгу брухту кольорових та чорних металів, адже їх можна переробляти безкінечно. Крім того, вторинна переробка дозволяє знизити видобуток руди з надр Землі. Також досить відчутно зменшуються викиди в

атмосферу токсичних речовин, що завдають шкоди екосистемі та здоров'ю людей.

Переробка та повторне використання металу економічно вигідніше, ніж видобуток нової сировини. Брухт алюмінію йде на виготовлення радіаторів; перероблена сталь стає чудовою сировиною для металевого посуду, автомобілів, а також використовується під час будівництва мостів; з переробленої міді відливають нові вироби, або виготовляють мідний купорос – речовину, яку активно використовують у сільському господарстві та хімічній промисловості.

Обладнання. Для обробки металу необхідний металевий гідравлічний прес-підбирач, та різальний верстат. Можна використовувати модель YD-630A фірми Newvision.

Процес переробки металу за допомогою різача та преса є ефективним способом перетворення металевих відходів у вторинний матеріал. Ось загальний огляд цього процесу:

Збір матеріалу: Спочатку збираються металеві відходи, які будуть перероблятися. Ці відходи можуть включати стружку, лом, відходи виробництва та інші металеві обрізки.

Підготовка матеріалу: Зібраний матеріал очищається від забруднень, таких як бруд, олії та інші домішки. Це може вимагати механічної очистки або хімічної обробки.

Різка матеріалу: Потім матеріал ріжеться на більш керовані шматки за допомогою різача. Різка може відбуватися вручну або за допомогою автоматизованих різаків, які можуть працювати з різними типами металу та різними формами відходів.

Формування та компресія: Після того, як матеріал був розрізаний на більш керовані шматки, він піддається процесу формування та компресії за допомогою преса. Прес зазвичай працює шляхом застосування високого тиску до матеріалу, що дозволяє стиснути його до компактної форми. Це може включати формування кубів, блоків, брикетів або інших форм, залежно від вимог клієнта та характеристик матеріалу.

Охолодження та упаковка: Після процесу компресії, новостворені компактні блоки або брикети охолоджуються та упаковуються для зручності транспортування та зберігання. Це може включати упаковку в мішки, ящики або палети.

Цей процес дозволяє ефективно використовувати металеві відходи, скорочуючи споживання первинних ресурсів та знижуючи вплив на довкілля. Крім того, вторинний метал, отриманий у результаті цього процесу, часто має високу якість та може бути використаний у різних промислових застосуваннях.

На виході отримуємо тюки з металом.

4. Переробка пластику.

Переробка пластику включає в себе обробку будь-якого типу пластику, сортування його на різні полімери, подрібнення, а потім переплавлення на гранули. Після цього етапу його можна використовувати для виготовлення будь-яких предметів, таких як пластикові стільці та столи. М'який пластик також переробляється, наприклад, поліетиленова плівка та пакети також переробляються. Перероблений ПЕТ-пластик йде на виготовлення пластикових меблів, тротуарної плитки та черепиці. З дволітрової пластикової пляшки виходить приблизно 40 грам пластівців або флексу. Це сировина використовується для утеплювача, плівки, грануляту, кріпильної стрічки, нетканого полотна.

Обладнання. Пропонується використовувати автоматичну машину для переробки ПЕТ-пляшок від фірми Regulus. Перероблена пляшка називається ПЕТ “пластівці” (PET flakes).

Процес переробки ПЕТ-пляшок у пластівці, або поліестеровій смолі, може бути наступним:

Збір і сортування ПЕТ-пляшок: ПЕТ-пляшки збираються та сортуються з відходів, відділень збору вторинної сировини або після споживання. Важливо, щоб пляшки були чисті від забруднень, оскільки це впливає на якість отриманої пластівці.

Мийка і очищення: Пляшки піддаються процесу миття та очищення для видалення залишків напоїв, етикеток, кришок та інших забруднень. Це допомагає забезпечити якість та чистоту матеріалу перед подальшою обробкою.

Розмел і дроблення: ПЕТ-пляшки переробляються в пластичну масу шляхом розмелу та дроблення. Цей процес дроблення зменшує пляшки до менших фрагментів, які можуть бути легше перероблені в наступних етапах.

Видалення забруднень і контамінантів: Після дроблення пластмаса може бути піддана додатковому процесу очищення для видалення будь-яких залишкових забруднень або контамінантів.

Термоформування або екструзія: Очищена пластмасова маса може бути термоформована або екструзована, щоб створити пластівець у вигляді гранул або пластмасової плівки.

Гранулювання: У разі екструзії пластмасову масу можуть витягти у форму гранул за допомогою гранулятора. Гранули є зручними для подальшого використання в виробництві.

Упаковка і використання: Остаточний продукт, який є пластівцем у вигляді гранул або пластмасової плівки, упаковується і відправляється для використання у виробництві нових виробів, таких як пляшки, упаковка, текстиль та інші вироби з пластмаси.

Цей процес дозволяє перетворити використані ПЕТ-пляшки на вторинний ресурс у вигляді пластівця, сприяючи зменшенню використання нових сировин та зменшенню відходів.

Це загальні типи обладнання для переробки скла, паперу, пластику та металу. Реальне обладнання може варіюватися в залежності від розміру та потреб підприємства, а також від конкретних технологій, які використовуються у процесі переробки.

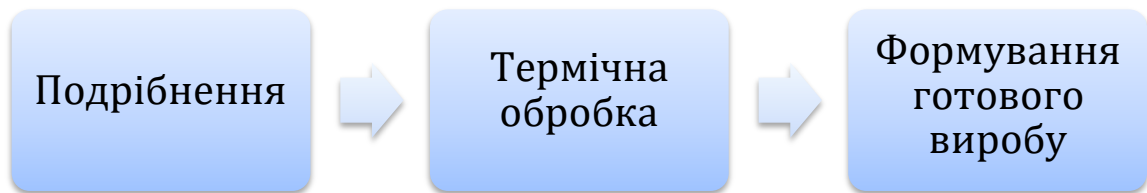


Рис 1. – Загальна схема переробки відходів

Аналіз ринку

Як було згадано вище, подібні підприємства мають великий попит, тому цілком очевидно, що існують підприємства, зацікавлені в кінцевій продукції переробки ТПВ за рахунок:

- Промислових підприємств різного характеру.
- Паперових фабрик або заводів з виробництва гофрованого картону.
- Виробничо-заготівельних підприємств ресурсів вторинної переробки.

Основні переваги проекту:

- Ціна зменшується за рахунок прийняття участі в міських заходах, пов'язаних з екологією.
- Присутність ринку збуту; подальшу співпрацю з використанням таких зв'язків допоможе здійснити збут продукції з вигодою.
- Співпраця з підприємствами більш дрібного характеру.
- Висока рентабельність (для підприємця).

Переробка сміття, будучи однією з найгостріших проблем сучасного світу, може стати ключем до нормалізації міських умов життя і життєдіяльності не тільки населення, а й тваринного світу, запобігання навколишнього середовища від негативного впливу ТПВ.

План виробництва

Технологічний процес переробки відходів являє собою технологічну послідовність наступних дій:

1. Сортування отриманих відходів за категоріями: скло, папір, метал, пластик. Передача відходів до відповідної лінії.
2. Підготовка до переробки: Процес очищення, сортування та підготовки відходів для переробки.
3. Передача відходів до обладнання відповідної лінії, де відбувається подрібнення, нагрівання та пресування.
4. Формування готового виробу.
5. Охолодження виробу.
6. Транспортування на склад.
7. Продаж готового виробу.

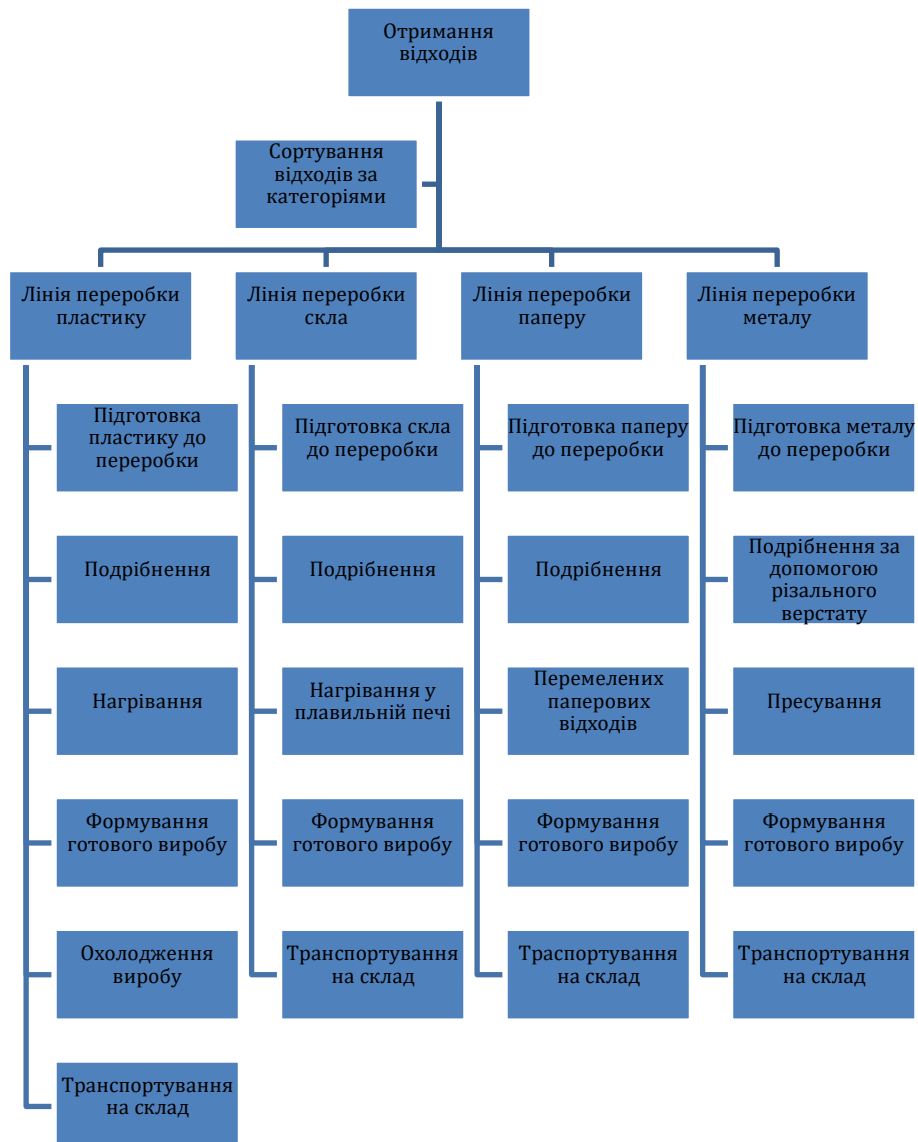


Рис. 2. - Схема виробничого процесу

Виробничий план створення підприємства по переробці відходів

Розглянемо вартість необхідного обладнання та його потужність. Переробка відходів відбувається при однозмінному режимі роботи. Виробнича потужність підприємства визначається виробничою потужністю установки для формування готового виробу (режим роботи 1 зміна 8 год.) Передбачається, що підприємство буде працювати впродовж 8 годин на день, 5 днів на тиждень.

Розрахуємо виробничу потужність (ВП) для кожної лінії окремо:

1. Виробнича потужність лінії переробки пластику:

Потужність обладнання – 1 тонна сировини/год. З одного кг ПЕТ відходів можна отримати 0,8 кг флексу.

$ВП \text{ (виробнича потужність)} = 1 \text{ тонна} * 0,8 * 8 \text{ год} = 6,4 \text{ тонни} = 6400 \text{ кг/добу.}$

За місяць буде вироблятися:

$6400 \text{ кг/добу} * 22 \text{ дні} = 140800 \text{ (кг/ місяць)}$

За рік виробництво флексу досягне:

$140800 * 12 = 1\,689\,600 \text{ (кг/ рік)} = 1689,6 \text{ тонни.}$

Кількість вихідної сировини = $1 \text{ тонна/год} * 8 \text{ год} * 22 * 12 = 2112 \text{ тонн на рік.}$

2. Виробнича потужність лінії переробки паперу.

Потужність обладнання – 92 кг паперу на годину. На останньому етапі переробки залишається тільки 30-40% вихідної сировини, з якого виходить папір (через втрати виробництва близько 20% і не підлягають вторинній переробці відходів — до 50%).

$ВП = 92 \text{ кг} * 8 \text{ год} * 30\% = 220 \text{ кг паперу на добу.}$

За місяць буде вироблятися:

$220 \text{ кг/добу} * 22 \text{ дні} = 4840 \text{ (кг/ місяць)}$

За рік виробництво паперу досягне:

$4840 * 12 = 58\,080 \text{ (кг/ рік)} = 58,1 \text{ тонни.}$

Кількість вихідної сировини = $92 \text{ кг/год} * 8 \text{ год} * 22 * 12 = 194304 \text{ кг} = 194,3 \text{ тонни на рік.}$

3. Виробнича потужність лінії переробки скла.

Лінія переробки тарного склобою має потужність 50 кг скла на годину. При переробці 1 кг скла можна отримати 0,7 кг вихідної сировини. Брак може складати до 5%.

$ВП = 50\text{кг} * 8\text{год} * 5\% * 0.7 = 266$ кг на добу.

За місяць буде вироблятися:

$266 \text{ кг/добу} * 22\text{дні} = 5852$ (кг/ місяць)

За рік переробка скла досягне:

$5852 * 12 = 70244$ (кг/ рік) = 70,2 тонн.

Кількість вихідної сировини = $50 \text{ кг/год} * 8\text{год} * 22 * 12 = 105600$ кг = 105,6 тонн на рік.

4. Виробнича потужність лінії переробки металу.

Лінія переробки металу має потужність 50 кг металу на годину. При переробці загальний вихід вторинного металу складає 75%.

$ВП = 50\text{кг} * 8\text{год} * 75\% = 300$ кг на добу.

За місяць буде вироблятися:

$300 \text{ кг/добу} * 22 \text{ дні} = 6600$ (кг/ місяць)

За рік переробка скла досягне:

$6600 * 12 = 79200$ (кг/ рік) = 79,2 тонни.

Кількість вихідної сировини = $50 \text{ кг/год} * 8\text{год} * 22 * 12 = 105600$ кг = 105,6 тонн на рік.

Площа виробничого приміщення, де буде розміщено технологічну лінію з усіма елементами, та окремо склад готової продукції складатиме 800 м² (Розміри 40м x 20м – враховуючи особливості розміщення і вимоги до проектування технологічної ціпочки). Розмір цього приміщення обирався з точки зору технологічної послідовності виробництва. Приміщення може бути взяте в оренду, середня вартість оренди 35 грн. за квадратний метр. Тобто за рік сума орендного платежу сягатиме 336 000 грн.

Оренда автомобілю для доставки готової складатиме 844800 грн. на рік (виходячи з місячної вартості оренди автомобілю марки ВАЗ «Газель» по м. Харкову).

Для повноцінної роботи необхідними є наступні види устаткування:

автоматична лінія для переробки скла, автоматична лінія для переробки паперу, автоматична лінія для переробки пластику, прес для переробки металу, різак по металу, мийка для очищення сировини, ручні вантажні тачки, стіл для сортування відходів.

Матеріалами для виробництва є:

- ПЕТ-пляшки;
- лом чорного металу;
- скляні пляшки;
- скляні банки;
- бій скла;
- папір;
- картон.

Збирання сировини буде відбуватись наступними шляхами:

- прийом від населення безпосередньо на підприємстві;
- договори з пунктами прийому;
- відгрузка з сміттєзбиральних контейнерів;
- укладання договору з комунальною службою по вивозу сміття.

Кількість працівників на підприємстві залежить від різних факторів, таких як обсяг виробництва, автоматизація процесів, технологічні потреби та структура бізнесу. Однак деякі загальні рекомендації можуть бути:

1. Масштаб виробництва: Чим більший обсяг переробки відходів, тим більше працівників буде потрібно для виробництва.

2. Технологічні потреби: Якщо використовуються високотехнологічні процеси переробки, то може знадобитися менше працівників, оскільки більше завдань може виконуватися автоматизовано.

3. Типи завдань: На підприємстві можуть бути різні ролі, такі як оператори обладнання, інженери, техніки з обслуговування, керівники проектів, а також адміністративний персонал.

4. Соціальні аспекти: Якщо це соціальне підприємство, може бути бажано забезпечити більшу кількість робочих місць для людей з інвалідністю або інших вразливих груп населення.

У кінцевому рахунку, кількість працівників буде визначатися конкретними потребами та стратегією розвитку підприємства.

Компанія повинна мати наступну організаційну структуру:

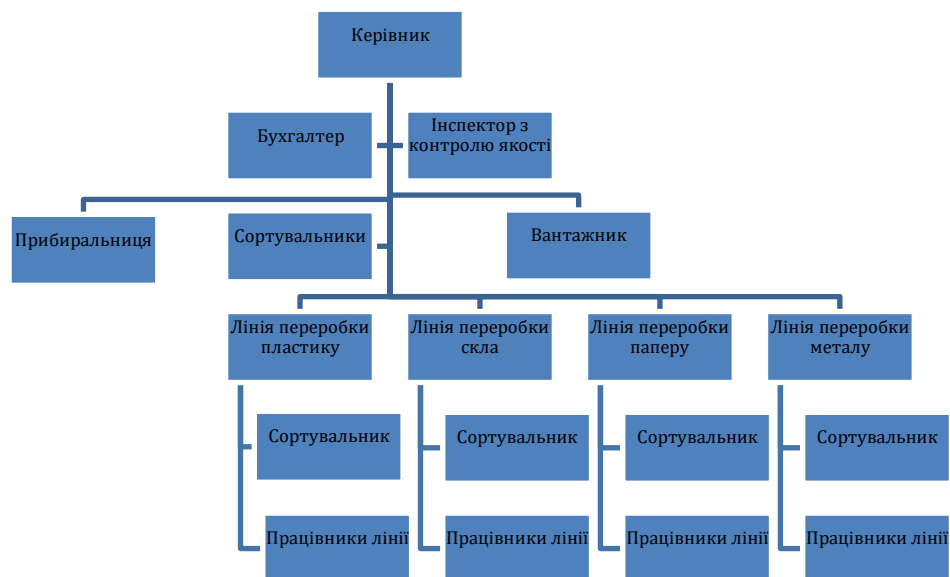


Рис. 1. - Організаційна структура виробництва

Таким чином, на підприємстві буде задіяна наступна кількість працівників на різних етапах виробництва:

1. Збір відходів: Може знадобитися команда збирачів або сортувальників, які розділятимуть різні види відходів, якщо сміття не було відсортовано раніше.
1 працівник.

2. Підготовка до переробки: Процес очищення, сортування та підготовки відходів для переробки вимагає додаткових працівників. Потрібно 4 працівники, по одному для кожної лінії.

3. Переробка: Для ручної переробки відходів у відновлені матеріали або виробу може знадобитися команда операторів, які керуватимуть обладнанням та виконуватимуть процеси переробки. Потрібно 12 працівників.

4. Контроль якості: Для перевірки якості виробів необхідний інспектор з контролю якості.

5. Адміністративний персонал: До складу адміністративного персоналу будуть входити бухгалтер та адміністратор (керівник), які відповідають за управління та адміністрування підприємства. 2 працівники.

6. Вантажник відвозить готову продукції на склад із застосуванням ручних тачок, вивантажує та розставляє продукцію на складі, здійснює обслуговування і експлуатацію засобів транспортування, приймає та складає відходи перед їх сортуванням.

7. Прибиральниця підтримує чистоту у виробничому та адміністративному приміщенні.

Отже, загалом кількість працівників на такому підприємстві має становити 22 особи.

Пропонується розглянути створення такого підприємства з переробки сміття у Мереш'янській міській об'єднаній територіальній громаді.

Згідно даних з офіційного сайту громади, чисельність постійного населення складає 25 734 особи.

Тобто за рік у громаді утворюється $25\ 734 * 300\ \text{кг} = 7\ 720,2$ тонн сміття. Майже все це сміття надійшло на полігон для захоронення, що являється неабиякою екологічною проблемою.

Частка мешканців у працездатному віці - 45%. Рівень безробіття - 2%. Таким чином у громаді наступна кількість працездатного безробітного населення: $25\ 734 * 45\% * 2\% = 231$ особа.

Маркетингова діяльність нашого підприємства включає такі етапи:

- маркетингові дослідження (визначення в виробництві яких саме товарів чи послуг є необхідність);
- розробка комплексу маркетингу (виробництво продукції необхідної якості, в необхідній кількості і в необхідному для споживача місці);
- результат (виробник отримує певний прибуток, а споживач - необхідний йому товар (послугу).

Дослідження ринку переробки сміття показало, що наразі в Україні є тільки один сміттєспалювальний завод, що знаходиться у м. Києві – завод «Енергія». Станом на 07.09.2019 року Міністерства розвитку громад та територій України функціонують 38 пунктів сміттесортувальних, сміттепереробних та сміттєспалювальних станції (заводи, комплекси). Загалом вони зосереджені у 15 областях, окрім Житомирської, Закарпатської, Миколаївської, Одеської, Херсонської, Черкаської та Чернігівської областях. Також існує 361 пункт прийому вторсировини.

93% відходів в Україні потрапляє на звалища. Сьогодні 6 тисяч офіційних сміттєзвалищ займають площу близько 9 тис. гектарів, що разом покрили б площу міста Хмельницький. Існують також 26,6 тис. несанкціонованих звалищ, які щодня зростають навколо наших міст і сіл.

Готова продукція буде доставлятися на великі підприємства, які потребують перероблені скло, метал, пластик та папір. Крім того, це може допомогти економії коштів на сировині, оскільки використовуються відходи, а не нові матеріали.

Підприємство по переробці відходів допомагає зменшити кількість відходів, що потрапляють на смітник або в природу. Це сприяє збереженню природних ресурсів, скорочує забруднення та покращує якість довкілля. ереробка відходів дозволяє використовувати ресурси ефективніше та зменшує кількість матеріалів, які потрапляють на смітник або в депонувальні області. Це сприяє зниженню витрат на утилізацію та обробку відходів.

Фінансовий план створення підприємства по переробці відходів

Загальна сума інвестицій необхідних для реалізації даного проекту складає 20 000 000 грн., стільки коштує необхідне для виробництва обладнання, його монтаж і необхідні матеріали. Пропонується залучати кошти приватних інвесторів, кошти місцевих органів влади у формі державно-приватного партнерства, а також іноземні гранти.

Собівартість переробки відходів буде визначатися витратним методом, за наступною формулою:

Витрати загальні = Витрати на матеріали + Витрати на електроенергію + Витрати на водопостачання + Витрати на водовідведення + Витрати на оплату праці + Витрати нарахування на соц. заходи + Витрати на амортизацію + Витрати на ремонт технологічного устаткування + Витрати на оренду + Інші витрати.

Витрати на матеріали:

Для пластику

2112 тонн*5грн *1000= 10 560 000 грн.

де 5 грн. – вартість 1 кг ПЕТ-пляшок;

2112 тонн – кількість вихідної сировини на рік.

Для скла

105600 тонн*2грн = 211 200грн

де 2 грн. – вартість 1 кг скла;

105600 кг – кількість вихідної сировини на рік.

Для паперу

194304*2,5 = 485760 грн

Де 2,5 – вартість 1 кг макулатури;

194304 кг – кількість вихідної сировини на рік.;

Для металу

105600кг*5,5грн= 580 800 грн

Де 5,5 грн – середня вартість 1 кг металу;

105600 кг – кількість вихідної сировини на рік;

Всього витрати на матеріали : $580\,800 + 485\,760 + 211\,200 + 10\,560\,000 = 11\,837\,760$ грн

Витрати на електроенергію:

$(5\text{ ламп} * 0,2\text{ кВт} + 50\text{ кВт/год} + 11\text{ кВт/год} + 35\text{ кВт/год} + 73\text{ кВт/год} + 2,4\text{ кВт/год}) * 8\text{ год} * 22\text{ дні} = 30\,342,4\text{ кВт/ на міс.}$

де 0,2 кВт- потужність однієї лампи;

50 кВт/год. – потужність лінії переробки паперу;

11 кВт/год. – потужність лінії переробки скла;

35 кВт/год. – потужність лінії переробки металу;

73 кВт/год. - потужність лінії переробки ПЕТ;

2,4 кВт/год - потужність різача по металу “ YATO YT-82181”.

Витрати на місяць становлять $= 30\,342,4\text{ кВт/міс} * 2,64\text{ грн/кВт} = 80\,103,94$ грн./міс.

Де 2,64 грн./кВт - тариф на електроенергію.

Витрати на рік становлять $= 80\,103,94\text{ грн/міс} * 12 = 961\,247,24$ грн./рік

Водопостачання:

$(2,2 + 1 + 0,5) * 22 * 12 * 16,032\text{ грн./м}^3 = 15\,660,06\text{ грн./рік,}$

де 2,2 м³ на добу споживання лінії переробки паперу;

- 1 м³ на добу споживання лінії переробки скла;

- 0,5 м³ на добу споживання для мийки;

- 16,032 грн/м³ вартість водопостачання.

Водовідведення (скиди води до каналізаційної мережі на рівні 75% від обсягів водопостачання, враховуючи вид діяльності):

$(2,2 + 1 + 0,5) * 22 * 12 * 0,75 * 4,272\text{ грн./м}^3 = 3\,129,68\text{ грн./рік,}$

- де 8,484 грн/м³ вартість водовідведення.

Теплопостачання.

$800\text{ м}^2 * 39,38 * 12 = 378\,048$ грн/рік

де 39,38 грн - вартість теплопостачання за 1 кв. м на місяць (з ПДВ);

Розрахунок витрат на оплату праці:

Таблиця 1 - Витрати на оплату праці

Працівники відділів	Чисельність	Місячний фонд оплати праці, грн	Річний фонд оплати праці,
Сортувальник відходів	1	8000	96000
Робітник підготовчого блоку	4	40000	480000
Оператори ліній	12	144000	1728000
Інспектор з контролю якості	1	10000	120000
Прибиральниця	1	8000	96000
Вантажник	1	10000	120000
Адміністратор	1	15000	180000
Бухгалтер	1	12000	144000
Всього	22	247000	2964000

Нарахування на соціальні заходи: для підприємств, установ та організацій, на яких працюють особи з інвалідністю, встановлено єдиний внесок у розмірі 8,41 % (ч. 13 ст. 8 Закону № 2464). Під час нарахування єдиного внеску в розмірі 8,41 % не застосовують вимогу ч. 5 ст. 8 Закону № 2464 щодо сплати єдиного внеску в розмірі не менш як мінімальний страховий внесок.

$$2964000 \text{ грн} * 8,41 \% = 249272,4 \text{ грн / рік}$$

Амортизаційні відрахування основних засобів:

Таблиця 2 - Група і норма амортизації

Розподіл ОЗ по групах	Вартість ОЗ, тис. грн.	Норма амортизації річна, %
Група ОЗ - машини та обладнання	20012000	20

$$20012000 * 0,2 = 4\ 000\ 000 \text{ грн.}$$

Амортизаційні відрахування складають 4 002 400 грн./рік

Витрати на ремонт технологічного устаткування: приймаємо на рівні 4% від вартості основних засобів.

$$20012000 \text{ грн} * 0,04 = 800\ 480 \text{ грн} / \text{рік}$$

Орендна плата:

$$800\text{м}^2 * 35 \text{ грн/м}^2 * 12 = 384\ 000 \text{ грн.}$$

Оренда автомобіля:

$$400 \text{ грн/год} * 8 \text{ год} * 22 \text{ дні} * 12 \text{ міс} = 844\ 800 \text{ грн/рік}$$

Також можна розглянути придбання власного авто або лізинг.

Інші витрати підприємства плануємо на рівні 5% від матеріальних витрат (11 837 760 грн.) (загальновиробничі, на збут, на рекламу, адміністративні).

$$\text{Інші витрати: } 11\ 837\ 760 \text{ грн} * 0,05 = 591\ 888 \text{ грн.}$$

Розрахунок обсягу необхідних інвестицій.

Витрати на закупівлю необхідного обладнання для виробництва за діючими цінами та його характеристика відображена таблиці 5.6.

Таблиця 3 - Характеристика обладнання

Види обладнання для виробництва	Вартість, грн
Автоматична лінія переробки тарного склобою	5 000 000
Машина папероробна: Тип БДМ - плоскосіткова з одним циліндром	4 000 000
Автоматична машина для переробки ПЕТ-пляшок	9 000 000
Металевий гідравлічний прес-підбирач	2 000 000
Різак по металу	2500
Теліжка вантажна ручна	2000
Мийка промислова	6000
Стіл для сортування	1500
Всього	20012000

Загальна сума необхідних інвестицій становитиме: 20012000 грн.

Отримані результати розрахунку всіх видів витрат в таблиці 5.3.

Таблиця 4 - Витрати виробництва

Статті витрат	Пластик	Скло	Папір	Мета л	Загально-виробничі витрати	Сума, грн./ рік
1.Матеріали	1056000 0	211200	485760	58080 0		1183776 0
2.Електроенергія	407024, 64	61332,4 8	278784	19514 8,8	18957,32	961247, 24
3.Водопостачання		4232,45	9311,39		2116,22	15660,0 6
4.Водовідведення						3219,68
5.Теплопостачання						378048
6.Оплата праці	552000	552000	552000	55200 0	756000	2964000
7.Соціальні відрахування	46423,2	46423,2	46423,2	46423 ,2	63579,6	249272, 4
8.Амортизація	1800000	100000 0	800000	40000 0	2400	4002400
9.Ремонт технологічного устаткування	360000	200000	160000	80000	480	800480
10.Оренда приміщення						384000
11.Оренда транспорту						844 800
12.Інші	528000	10560	24288	29040	0	591888
Всього	1425344 7,84	208574 8,13	235656 6,59	18834 12	843533,14	2303277 5,38

Використовуючи метод визначення беззбиткового обсягу виробництва (метод точки беззбитковості), розділимо загальні витрати виробництва на умовно-постійні та умовно-змінні.

Таблиця 5 - Умовно-постійні витрати

№	Статті витрат	Місяць, грн.	Рік, грн.
1	Оренда приміщення	32000,00	384000
2	Комунальні послуги	113181,25	1358174,98
3	Амортизація	333533,33	4002400
4	Оплата праці	247000	2964000
5	Соціальні відрахування	20772,7	249272,4
6	Ремонт	66706,67	800480
7	Інші	32484,86	591888
8	Оренда транспорту	49324	844 800
	Всього	895002,81	10350215,38

Таблиця 6 - Змінні витрати виробництва

№	Статті витрат	Місяць, грн.	Рік, грн.
Пластик			
1	Матеріали	880 000	10560000
Скло			
2	Матеріали	17 600	211200
Папір			
3	Матеріали	40 480	485760
Метал			
4	Матеріали	48 400	580800

Всього витрати підприємства на рік становлять:

11 837 760 грн./рік + 10 350 215,38 грн. = 23 032 775,38грн.

Собівартість переробки:

Загальновиробничі витрати поділимо порівну між лініями. Витрати на амортизацію, ремонт, комунальні послуги та оплату праці будемо рахувати окремо для кожної лінії.

Пластик

$$((843533,14 + 844800 + 384000 + 378048 + 3219,68)/4 + 14253447,84)/1689600 = 8,80 \text{ грн/кг}$$

Скло

$$((843533,14 + 844800 + 384000 + 378048 + 3219,68)/4 + 2085748,13)/158928 = 16,98 \text{ грн/кг}$$

Папір

$$((843533,14 + 844800 + 384000 + 378048 + 3219,68)/4 + 2356566,59)/105600 = 28,12 \text{ грн/кг}$$

Метал

$$((843533,14 + 844800 + 384000 + 378048 + 3219,68)/4 + 1883412)/105600 = 23,64 \text{ грн}$$

На даному виробництві очікуємо отримати рівень **загальної рентабельності витрат 40%**. Тоді ціна складатиме:

$$\text{Ц пластик} = 8,80 * 1,40 = \mathbf{12,32 \text{ грн}}$$

$$\text{Ц скло} = 16,98 * 1,40 = \mathbf{23,77 \text{ грн}}$$

$$\text{Ц папір} = 28,12 * 1,40 = \mathbf{39,37 \text{ грн}}$$

$$\text{Ц метал} = 23,64 * 1,40 = \mathbf{33,09 \text{ грн}}$$

Доход (очікуваний) від реалізації за рік складатиме:

$$\text{Д пластик} = \mathbf{12,32 * 1689600 = 20\ 816\ 872 \text{ грн}}$$

$$\text{Д скло} = 23,77 * 158928 = 3\ 777\ 718,56 \text{ грн}$$

$$\text{Д папір} = 39,37 * 105600 = 4\ 157\ 472 \text{ грн}$$

$$\text{Д метал} = 33,09 * 105600 = 3\ 494\ 304 \text{ грн}$$

$$\text{Д загальний} = (20\ 816\ 872 + 3\ 777\ 718,56 + 4\ 157\ 472 + 3\ 494\ 304) = 32\ 246\ 366,56 \text{ грн.}$$

Період окупності проекту визначаємо виходячи із загальної суми доходів, витрат та необхідних інвестицій:

$$\mathbf{ПО} = 23032775,38 \text{ грн} + 20012000 \text{ грн} / 32\ 246\ 366,56 \text{ грн} * 12 \text{ міс} = 16,02 \text{ місяців}$$

Тобто, інвестор може очікувати повернення вкладених грошей вже після 16,02 місяців роботи даного виробництва.

Важливим показником діяльності підприємства є його чистий прибуток, розрахунок якого наведений в таблиці 6.1.

Таблиця 7 - Розрахунок чистого прибутку

Показники	Од. виміру	Значення
Витрати	грн.	23 032 775,38
Доход	грн.	32 246 366,56
Податок на додану вартість	грн.	6 449 273,31
Чистий доход	грн.	25 797 093,25
Балансовий прибуток	грн.	2 764 317,87
Податок на прибуток (18%)	грн.	497 577,22
Військовий збір (1,5%)	грн.	41 464,77
Чистий прибуток	грн.	2 232 739,54
Рівень чистої рентабельності витрат	%	9,69

На основі розрахунку фінансових показників і отриманих даних, можна стверджувати про доцільність організації виробництва з переробки відходів, так як рівень чистої рентабельності становить 9,66%, при цьому досить не великий термін окупності проекту (16,02 місяців). Враховуючи економічну вигідність проекту, також важливою є його соціальна значимість для населення, адже чисте довкілля - це запорука здоров'я.

Визначення фінансових показників для соціального підприємства

Також розрахуємо фінансові показники та чистий прибуток, за умови що створюватись буде не ТОВ, а саме соціальне підприємство з запропонованим скасуванням податку на прибуток на перший рік діяльності та пільговою ставкою податку на додану вартість 10%.

Таблиця 1 – Розрахунок чистого прибутку для соціального підприємства

Показники	Од. виміру	Значення
Витрати	грн.	23 032 775,38
Доход	грн.	32 246 366,56
Податок на додану вартість	грн.	3 224 636,66
Чистий доход	грн.	29 021 729,9
Балансовий прибуток	грн.	5 988 954,52
Податок на прибуток (18%)	грн.	-
Військовий збір (1,5%)	грн	89 834,32
Чистий прибуток	грн.	5 899 120,20
Рівень чистої рентабельності витрат	%	25,6%

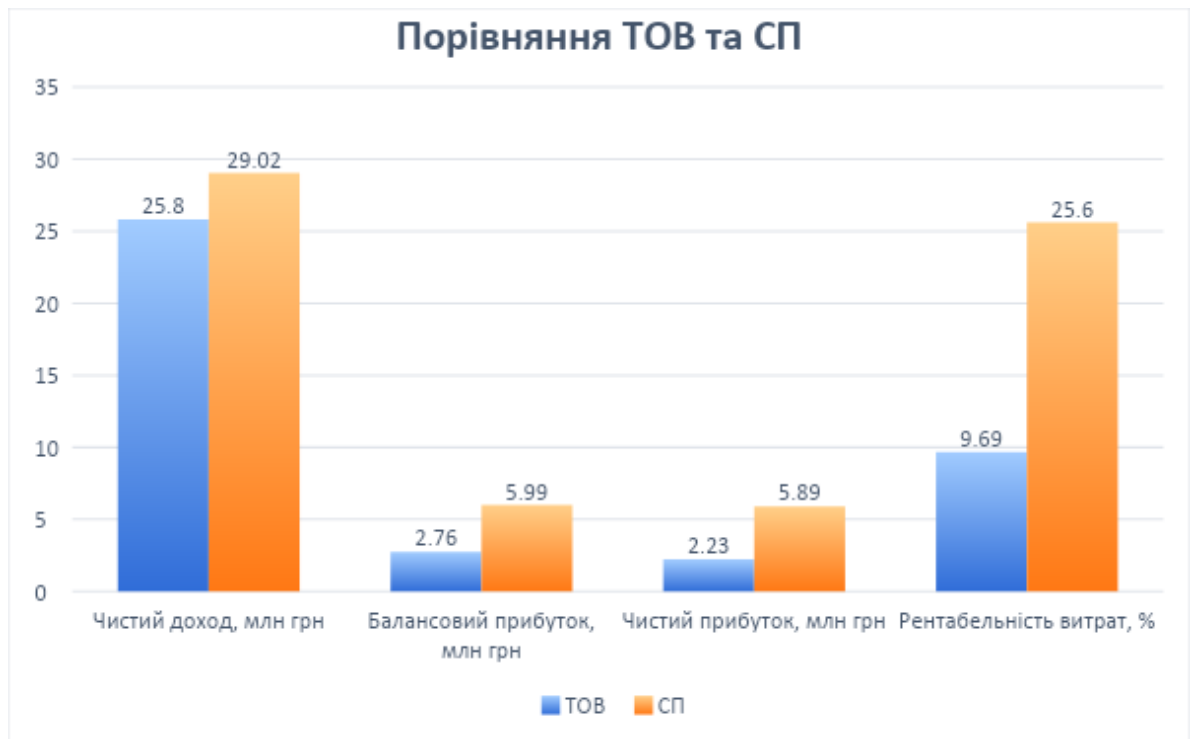


Рис. 1. – Порівняння СП та ТОВ

На основі даного порівняння можна зробити висновок щодо доцільності запровадження окремої організаційно-правової форми для соціального підприємства з особливою пільговою формою оподаткування, так як при ПДВ 10% та відсутністю податку на прибуток у перший рік діяльності компанія збільшує чистий прибуток порівняно з формою ТОВ у 2 рази, а рентабельність витрат зростає на 16%.

Отриманий прибуток компанія може інвестувати у:

- розширення виробництва, можна створювати нові лінії або розширювати існуючі.
- підприємство може проводити навчальні програми та інформаційні кампанії з метою підвищення свідомості мешканців регіону про проблеми забруднення пластиком та методи їх вирішення.
- підприємство також може реалізувати проекти по озелененню та відновленню екосистем у регіоні.
- підтримка соціально незахищених слоїв населення.

Введення податкових пільг для соціальних підприємств може мати кілька переконливих обґрунтувань щодо ефективності:

1. Стимулювання соціального підприємництва: Податкові пільги можуть стимулювати розвиток соціального підприємництва, сприяючи зростанню кількості та масштабів таких підприємств. Це може мати позитивний вплив на соціальну сферу, забезпечуючи додаткові ресурси для вирішення соціальних проблем та покращення якості життя населення.

2. Розвиток місцевих громад: Соціальні підприємства зазвичай фокусуються на вирішенні соціальних та екологічних проблем у місцевих громадах. Податкові пільги можуть допомогти цим підприємствам залучити додаткові ресурси та збільшити свою соціальну ефективність.

3. Створення робочих місць: Соціальні підприємства часто забезпечують робочі місця для людей з вразливих груп населення, таких як безробітні, люди з інвалідністю або молодь. Податкові пільги можуть допомогти збільшити кількість цих робочих місць та покращити соціально-економічне становище цих груп.

4. Залучення інвестицій: Введення податкових пільг може зробити соціальне підприємництво більш привабливим для інвесторів та фінансових установ, що може сприяти залученню додаткових інвестицій та розвитку цього сектору.

5. Створення сприятливого середовища для інновацій: Податкові пільги можуть створити сприятливе середовище для розвитку інноваційних рішень та новаторських підходів у соціальному підприємстві. Це може сприяти вирішенню нових соціальних проблем та покращенню життя населення.

Загалом, введення податкових пільг для соціальних підприємств може мати значний соціальний, економічний та екологічний вплив, сприяючи створенню більш справедливого, стабільного та ефективного суспільства.



**МЕРЕФ'ЯНСЬКА МІСЬКА РАДА
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

вул.Дніпровська, 213, м. Мерефа, Харківський район, Харківська область, 62472
тел. (057) 341 55 20, e-mail: merefa-gor@merefaotg.gov.ua, Web:<https://merefaotg.gov.ua>, код ЄДРПОУ 04058692

09.05.2024р. № 2290

ДОВІДКА

про впровадження
результатів дисертаційної роботи
Романовської Анни Володимирівни
на тему: *«Економіко-організаційне забезпечення соціально орієнтованого
бізнесу»*

подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії
за спеціальністю 076 - Підприємництво та торгівля
складено «09» травня 2024р

Наукові результати та рекомендації, що викладені в дисертаційній роботі здобувачки Романовської Анни Володимирівни на тему: «Економіко-організаційне забезпечення соціально орієнтованого бізнесу» поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 076 - Підприємництво та торгівля були впроваджені в діяльність Мереф'янської міської територіальної громади під час формування стратегії розвитку громади.

Секретар
Мереф'янської міської ради



Тетяна ДЯДЧЕНКО



ГАЗМЕРЕЖІ
ХАРКІВСЬКА ФІЛІЯ

ТОВ «ГАЗОРОЗПОДІЛЬНІ МЕРЕЖІ
УКРАЇНИ»

ХАРКІВСЬКА ФІЛІЯ
ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ГАЗОРОЗПОДІЛЬНІ
МЕРЕЖІ УКРАЇНИ»

ДОВІДКА

про впровадження
результатів дисертаційної роботи
Романовської Анни Володимирівни
на тему: *«Економіко-організаційне забезпечення соціально
орієнтованого бізнесу»*

подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 076 –
Підприємництво та торгівля
складено *10 травня 2024 року*

Наукові результати та рекомендації, що викладені в дисертаційній роботі здобувачки Романовської Анни Володимирівни на тему: «Економіко-організаційне забезпечення соціально орієнтованого бізнесу», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 076 – Підприємництво та торгівля, були впроваджені в діяльність «Служби з обліку газу та контролю розрахунків послуг з розподілу» Харківської філії ТОВ «Газорозподільні мережі України», під час формування стратегії розвитку.

Провідний інспектор з ка
відділу кадрового адміні



Molluf

Тетяна МИРГОРОД

ЗАТВЕРДЖУЮ
Перший проректор
Харківського національного університету
міського господарства
імені О.М. Бекетова
І.В. Білецький
20__ р.



Довідка
про впровадження результатів дисертаційної роботи
Романовської Анни Володимирівни
за темою: «Економіко-організаційне забезпечення соціально орієнтованого
бізнесу»
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії
за спеціальністю 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Результати дисертаційної роботи Романовської Анни Володимирівни на тему: «Економіко-організаційне забезпечення соціально орієнтованого бізнесу» були використані при розробці державної бюджетної тематики Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова:

- «Розробка інвестиційно-маркетингової концепції підвищення соціально-економічного потенціалу територіальних громад» (2024 р., етап 1. «Оцінка та аналіз соціально-економічного потенціалу територіальних громад в восний та післявосний періоди.»), номер державної реєстрації №0124U000115, де автором було сформовано систему економічних показників діяльності територіальних громад з метою визначення їх потенціалу;
- «Підприємництво та бізнес: організаційні, управлінські та економічні складові», (2021 р., номер державної реєстрації №0116U005497), де автором запропоновані шляхи діджиталізації системи управління підприємством для зростання ефективності діяльності;

Продовження Додатку Ж

- «Підприємництво та бізнес: організаційні, управлінські та економічні складові», (2023р., етап 4. «Інноваційно-орієнтована стратегія конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності», номер державної реєстрації №0120U104696), де автором розглянуто фактори управління стратегією конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності та запропоновані рекомендації щодо її розробки та впровадження.

Завідувачка кафедри
Підприємництва та
бізнес-адміністрування, д.е.н., проф.



О. В. Димченко



This

CERTIFICATE №058/2022

is awarded to the participant of the project / Сертифікат учасника проекту

Anna Romanovska
Анна Романовська

SUSTAINABILITY THINKING AND ENTREPRENEURSHIP

Стале мислення та підприємництво

- knowledge about Sustainable Development Goals and EU priorities, and perspectives in this field, as well as vision how to achieve a sustainable world by 2030 and beyond, with human well-being and a healthy planet at its core;
- an ability to analyse mental changes in Europe and the historical context of the evolution of sustainability thinking;
- application of entrepreneurship as a competence to deal with social issues and make the environment healthier;
- an ability to distinguish EU priorities and best practices for Ukraine in the field of social, humane, and eco-entrepreneurship or "green";
- mastery of tools for implementing sustainable development models in business practice.

- знання про цілі сталого розвитку та пріоритети ЄС в контексті того, як досягти сталого розвитку до 2030 року через формування добробуту людей і збереження планети;
- вміння аналізувати ментальні зміни в Європі та історичний контекст еволюції сталого мислення;
- використання підприємництва як компетенції для вирішення соціальних та екологічних проблем;
- вміння визначати пріоритети ЄС та найкращі практики для України в сфері соціального, гуманістичного та екологічного або «зеленого» підприємництва;
- володіння інструментами запровадження моделей сталого розвитку у бізнес-практику.



ERASMUS+
PROGRAMME MODULE
JEAN MONET
101080031 – StepUP

90 hours / 90 годин
3 ECTS credits / 3 кредити

| December 21, 2022, Kharkiv, Ukraine |

| 21 грудня 2022, м. Харків, Україна |

Dean of School of International Economic Relations and Travel Business at V. N. Karazin University
Декан факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Каразинського університету



Valeriy Reznikov
Валерій Резніков

Project Coordinator
Координатор проекту

Project Lecturers
Лектори проекту





Olena Mykolenko
Олена Миколенко

Svitlana Strapchuk
Світлана Стрпчук

Dmytro Mykolenko
Дмитро Миколенко




Co-Funded by
the European Union



This
CERTIFICATE №BSA 132/2023
is awarded to the participant of the project / Сертифікат учасника проекту

Романовська Анна Володимирівна
Romanovska Anna

BUSINESS MODELS FOR SUSTAINABILITY CHALLENGES AND DIGITAL TRANSFORMATIONS

Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація

- knowledge about the concept of sustainable development, EU priorities in the context of the Sustainable Development Goals achieved by 2030 through the design of sustainable business models of enterprises;
- mastery of tools for developing business models and organizations, which are environmentally friendly, socially and financially sustainable;
- an ability to distinguish five types of sustainable business models (circular economy, lean production, sharing economy, social entrepreneurship and e-commerce) and to determine the best practices for implementation in the EU and Ukraine;
- application of digital transformation opportunities at local and global markets to generate new sustainable business ideas in various industries;
- mastery of tools for stimulating innovation and investment activities of enterprises seeking to implement the best sustainable business practices.

- знання про концепцію сталого розвитку, пріоритети ЄС в контексті досягнення Цілей сталого розвитку до 2030 року через проектування сталих бізнес-моделей підприємств;
- володіння інструментами розробки бізнес-моделей та проектування організацій, які є екологічними, соціально та фінансово сталими;
- вміння виокремлювати п'ять типів сталих бізнес-моделей (циркулярної економіки, ощадливого виробництва, економіки спільного споживання, соціального підприємництва та електронної комерції) та визначати найкращі практики їх впровадження в ЄС та в Україні;
- використання можливостей цифрової трансформації локального та глобального ринків для генерування ідей сталого бізнесу в різних галузях економіки;
- володіння інструментами стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, що прагнуть впроваджувати кращі сталі бізнес-практики.

May 31, 2023, Kharkiv, Ukraine

31 травня 2023 р., м. Харків, Україна

Dean of School of International Economic Relations and Travel Business at V. N. Karazin University
Декан факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Харківського університету



Valeriy Reznikov
Валерій Резніков

Project Coordinator
Координатор проекту

Project Lecturers
Лектори проекту





Svitlana Strapchuk
Світлана Стрпчук

Olena Mykolenko
Олена Миколенко
Dmytro Mykolenko
Дмитро Миколенко



2023

PROGRAMME MODULE
JEAN MONET
101085651 – BeSustainAble

90 hours / 90 годин
3 ECTS credits / 3 кредити





Список публікацій здобувача

Розділ в колективній монографії іноземного видання

1. Romanovska A., Velychko V. Socially oriented business as a tool of anti-crisis development of territories // Anti-crisis management: state, region, enterprise.- Collective monograph. – Kaunas, Lithuania: «Baltija Publishing»; 2020. – С. 138-150 . DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-020-9-10>

Статті у наукових фахових виданнях України

2. Величко В.В., Романовська А. В. Теоретичні засади та перспективи використання моделей функціонування соціально відповідального бізнесу. Комунальне господарство міст, 2022. 2(169), 86-90 DOI <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2022-2-169-86-90>

3. Романовська А. В. Критерії оцінювання ефективності діяльності соціально орієнтованого підприємства // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки", 2024. №4. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-4-9855>

4. Романовська А. В. Діджиталізація соціального підприємства як фактор розвитку фінансово-економічних відносин. «Наукові інновації та передові технології». 2024. № 5(33). С. 403–410. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5\(33\)-403-410](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5(33)-403-410).

Праці апробаційного характеру

5. A. Romanovska, V. Velychko, L. Shumeiko Prospective directions of development of socially oriented business in Ukraine. Міжнародного форуму «Молоді дослідники у глобалізованому світі: підходи та виклики», (Харків, квітень 2021 року ХНУМГ імені О. М. Бекетова).303с. С.129-132.

6. Романовська А.В., Величко В.В. СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИЙ БІЗНЕС ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА. Актуальні проблеми економіки, фінансів, менеджменту та права: збірник тез доповідей

міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 26 листопада 2020 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2020. 172с. С.134-137.

7. Романовська А. В., Величко В. В. Соціально орієнтований бізнес як аспект сталого розвитку території. Перспективи розвитку територій: теорія і практика : матеріали V Міжнар. науково-практ. конф. здобувачів вищ. освіти і молодих вчен., м. Харків, 18–19 листоп. 2021 р. / ред.: М. Сухонос та ін. Харків, 2021. С. 225–228.

8. Романовська А.В., Величко В.В. Аспекти складових забезпечення діяльності соціально-орієнтованого бізнесу. Проблеми розвитку ринку фінансових послуг. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 17 листопада 2022 р. Харків: Харк. нац. ун-т будів. та архіт., 2022. 106 с. С. 11-14.

9. Величко В.В., Романовська А.В. Особливості вибору стратегії розвитку соціально орієнтованих підприємств. Підприємництво та бізнес-адміністрування: сучасні виклики, тренди та трансформації [Електронний ресурс] : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Харків, 01 – 28 лютого 2022 р. / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова [та ін.] ; [редкол. : П. Т. Бубенко, О. Ю. Палант, С. Ю. Юр'єва]. Електронні текстові дані. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. С. 181.

10. Величко В.В., Романовська А. В. Соціальне підприємництво як фактор регіонального розвитку. Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 85): матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна, м. Ополе, Польща, 15-16 лютого 2024 р.)

Додаткові публікації, що засвідчують результати дослідження

11. Івасішина Н. В., Романовська, А. В. Державно-приватне партнерство у житлово-комунальному господарстві. Економіко-правові аспекти державно-приватного партнерства в умовах децентралізації економіки України: матеріали всеукр. наук.-практ інтернет-конф. молодих учених і студентів , 1-28 лют. 2017р, Харків. С.203-205.