

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО

НАУКОВА РОБОТА

на тему: «Створення соціального підприємства в м. Кременчук»

Виконала:

студентка Фатич Вікторія Володимирівна

курс 3,

спеціальність «Економіка підприємства»

група ЕП-13-1

форма навчання: денна

Науковий керівник:

Лозовик Дмитро Борисович,

асистент кафедри економіки

КРЕМЕНЧУК 2015

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	5
1.1 Науково-теоретичні аспекти діяльності соціального підприємництва.....	5
1.2. Міжнародний досвід створення соціального підприємства.....	8
1.3. Розвиток соціального підприємництва в Україні.....	20
РОЗДІЛ 2 ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В М. КРЕМЕНЧУК	27
ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38

ВСТУП

Актуальність дослідження. Про соціальне підприємництво в Україні заговорили ще на початку 2000-х. Однак досі навіть представники бізнесу погано розуміють механізм його дії. Вони не розгледіли у ньому потенціал для себе та дієвий інструмент розв'язання суспільних проблем. Тим паче не усвідомлюють переваг соціального бізнесу влада та суспільство.

Враховуючи ситуацію, в якій зараз перебуває Україна, та її наслідки, соціальне підприємництво для нас стає є актуальним напрямком розвитку в економіці та суспільстві в цілому. Адже воно хоча б частково вирішує проблеми малих груп, зокрема:

- допомога у подоланні соціальної ізоляції, працевлаштовуючи людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями, безробітних, представників груп ризику;

- розробка нових напрямків та шляхів для реформування державних соціальних послуг;

- поява нових видів сервісу, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу через малоприбутковість, відсутність належної професійної підготовки.

- значне зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні суспільних проблем.

Мета і завдання дослідження. Метою даної наукової роботи є дослідження та висвітлення проблем, щодо розвитку соціального підприємництва на території України.

Основними завданнями дослідження є:

- обґрунтувати доцільність створення соціальних підприємств;

- провести розрахунок економічної доцільності соціального підприємництва;

- визначення особливостей діяльності соціального підприємства;

- підбір персоналу відповідної кваліфікації;

— розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності соціального підприємства;

Об'єктом даної наукової роботи є аналіз діяльності суб'єкта соціального підприємництва.

Предмет дослідження – доцільність функціонування суб'єкта соціального підприємництва та його роль у вирішенні соціальних проблем в Україні.

Виконання даної наукової роботи дасть змогу встановити проблеми, які чинять негативний вплив на розвиток та функціонування соціального підприємництва, а також шляхи їх вирішення, задля забезпечення сприятливих умов його розвитку в майбутньому.

Структура роботи. Наукова робота складається із вступу, трьох розділів, а також висновків, списку використаних джерел. В роботі вміщено 6 таблиць. Список літератури налічує 14 джерел.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1 Науково-теоретичні аспекти діяльності соціального підприємництва

Визначення "підприємець" походить з Франції XVII-XVIII ст. і означає "той, хто за щось береться, щось розпочинає". Пітер Друкер сказав, що "підприємці" – це ті, хто мають специфічний склад розуму, які бачать можливості, а не проблеми, спричинені змінами, і використовують ці можливості для створення цінностей. Вже у 1999 році професор Гарвардського університету Говард Стівенсон (Howard H. Stevenson) в одній із глав свого підручника з підприємництва *The Entrepreneurial Venture* додав до визначення такий елемент, як винахідливість щодо ресурсів: підприємці відрізняються від ефективних менеджерів, тим – казав він, - що не обмежуються наявними ресурсами, а здатні віднайти та мобілізувати додаткові ресурси інших задля досягнення спільних підприємницьких цілей.

Прикметник "соціальне" модифікує поняття "підприємництво", змінюючи основне спрямування та місію цієї діяльності. Тобто кінцевою метою підприємницької діяльності є отримання прибутку для задоволення власних потреб, потреб співробітників, підприємства, а кінцевою метою соціального підприємництва – отримання прибутку для вирішення соціальних проблем [1].

У 1978 році у Коледжі Бічвуд у Йоркширі, що у Великій Британії, була чітко встановлена та визначена концепція та структура соціального підприємства. На той час нове соціальне підприємство мало основні правила кооперативного підприємництва та такого підприємництва, яке базується на спільній власності, і де кожний його член володів однією акцією, і кожна акція давала право лише одного голосу в управлінні підприємством. Але коли

був інкорпорований Потрійний Результат Діяльності (Triple Bottom Line), підприємство взяло на себе відповідальність не лише за фінансову життєздатність, але і за створення суспільного багатства, та за екологію, виходячи з роду своєї діяльності та джерел поставок. Такі рухи як “Чесна Торгівля” (Fairtrade) народилися з кооперативів працівників, які виробляли натуральні продукти.

Першими успішними піонерами соціального підприємництва вважають Джона Дюранда, Мімі Сільберт, Джека Дальтона та Мухамеда Юнуса.

Джон Дюранд почав працювати із сімома розумово неповноцінними людьми в 1964 році. Тепер це Minnesota Diversified Industries (соціальне підприємство, яке надає робочі місця більш ніж 500 людям з вадами розвитку). В 2000 році компанія оприлюднила річний дохід в розмірі \$54 млн, з яких лише півмільйона – кошти, отримані в результаті грантів [2].

У 1971 році з позикою в розмірі \$1000, Мімі Сільберт розпочала програму реабілітації наркозалежних та колишніх ув'язнених. З того часу вона успішно поставила на власний заробіток більше ніж 15 тис. своїх колишніх клієнтів, які тепер володіють своїми ресторанами, транспортними і будівельними компаніями, сумарний річний прибуток яких у 2001 році становив понад \$6 млн.

У 1963 році Джек Дальтон відкрив Pioneer Fellowship House для алкозалежних. Кожен мешканець цього будинку був зобов'язаний платити \$25 на тиждень за житло і квартирні послуги, сам вести хатні справи і відвідувати вечірні збори. Сьогодні внаслідок його програм зайнятості, здорової поведінки і коректувальних програм, Pioneer Human Services (PHS) обслуговує понад 5 000 клієнтів на рік, утримує 900 осіб персоналу і має річний бюджет приблизно в \$55 млн.

Професор Мухамед Юнус, керівник програми «Економіка села» у Чітагонському університеті, Бангладеш, розпочав дослідницький проект у 1976 році, щоб визначити можливості забезпечення бідного сільського населення банківськими послугами. Grameen Bank Project (Grameen - з

бенгальської мови означає "село") був розпочатий як пілотний проект у трьох селах по сусідству з університетом. Проект мав успіх і в 1979 році поширився на декілька районів, в т.ч. Даку – столицю Бангладешу. До жовтня 1983 року Grameen Bank Project реформували в зареєстрований державою незалежний банк. Сьогодні Grameen Bank обслуговує понад 2,4 млн позичальників в тому числі понад 20 видів підприємств [3].

Соціальні підприємці працюють у бізнесі створення соціальних підприємств. Це є бізнесом, що створено з метою забезпечення людей робочими місцями або розвитку їхніх вмінь для надання послуг та товарів, а також для отримання прибутків, що використовуються цілком на користь місцевої громади чи будь-якої доброї справи, від нужденних дітей до старших людей, від громадських установ до установ мистецтва та спорту.

Соціальні підприємства не є благодійними організаціями, вони функціонують так само, як будь-який інший комерційний бізнес, але вони відрізняються тим, що прибуток, що вони отримують, вкладається у добру справу замість того, щоб приносити користь лише власнику цього бізнесу [4].

Так, при побудові соціальних підприємств керівники керуються п'ятьма характерними рисами соціального підприємства:

1) наявність чіткої і зрозумілої місії соціального спрямування, яка передбачає вирішення певних суспільних проблем;

2) використання інноваційного підходу до вирішення соціальної проблеми;

3) використання бізнес-методів управління (організації, планування, контролю), застосування підприємницького хисту з метою отримання прибутку;

4) прибуток – не кінцева мета, а засіб досягнення позитивних соціальних перетворень.

5) колективна форма власності, яка охоплює учасників соціального підприємства, його працівників, цільову групу, волонтерів та інших [6].

Вважається, що соціальне підприємництво виникло як відгук на

хронічні соціальні проблеми: безробіття, бідність, роз'єднаність громади тощо. Адже соціальні підприємства покликані задовольнити ті потреби членів громади, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує. Саме це є нішею для діяльності соціальних підприємств. Соціальне підприємництво допомагає державі:

- надавати державні послуги в новий спосіб та задовольняти потреби громади;
- створювати робочі місця;
- збагачувати професійний досвід людей, які працюють у соціальних підприємствах, задля подальшого працевлаштування за сучасних ринкових умов;
- розвивати громади, залучаючи до громадського життя соціально вразливі групи населення, забезпечуючи їх членів роботою;
- розширювати активність громадян, які можуть самостійно розв'язувати свої проблеми та брати відповідальність за своє життя; посилювати увагу до соціально незабезпечених груп населення, не стільки надаючи їм благодійну допомогу, скільки забезпечуючи їх корисною соціально значущою роботою;
- відроджувати сільські та міські території і поліпшувати їх соціальну інфраструктуру тощо.

Отже, при створенні соціального підприємства необхідно пам'ятати про відповідність його базовим характеристикам. Насамперед необхідна чітка та зрозуміла місія соціального спрямування, яка передбачає вирішення певних суспільних проблем. Підходи до вирішення соціальних проблем повинні мати інноваційний характер. Головне – пам'ятати, що кінцева мета – не прибуток, а досягнення позитивних соціальних перетворень [5].

1.2. Міжнародний досвід створення соціального підприємства

Світовий бізнес все частіше повертається в бік соціальних проблем як на національному, так і на глобальному рівні. Підприємництво з соціальною

метою визнається окремим напрямом економічної діяльності, згадується як «четвертий сектор» в суспільстві.

Розвиток соціальних підприємств вигідний в першу чергу державі. Адже соціальні підприємства орієнтовані на працевлаштування, соціальну адаптацію соціально незахищених людей, надання їм певних послуг. Це дозволяє зняти частину витрат із держави на соціально незахищених людей.

На сьогоднішній день такий вид підприємництва, як соціальне, активно розвивається майже у всьому світі, а саме в Європі (Великобританія, Польща, Італія тощо), у країнах Північної та Південної Америки (США, Канада, Бразилія), у Азіатських країнах (Південна Корея, Японія, Тайвань).

Соціальний бізнес у Європі та Америці зародився понад п'ятдесят років тому. Саме тому у наукових колах виділяють дві основні моделі соціального підприємництва, а саме американську та європейську.

Так, соціальні підприємства у США почали активно розвиватися як наслідок відсутності повноцінної соціальної політики з боку уряду та як один із способів заробляння грошей некомерційними підприємствами. Саме тому головний акцент робиться на тому, що ці підприємства повинні бути самоокупними та інноваційними.

Наприклад, Mouvement Paysan de Paraye (MPP) – соціальне підприємство, створене в сільському районі Гаїті, місія якого - "створити на рівні громади кооперативні підприємства, які сприяють економічному розвитку селян", втілює свою місію шляхом створення нових робочих місць, виходу на нові ринки і підтримки самостійного працевлаштування селян. Цільова група MPP – сільське населення [8].

Крім економічного розвитку селян, діяльність MPP спрямована на вирішення іншої гострої соціальної проблеми – голодування селян внаслідок ненадійного постачання харчів, необізнаності у веденні фермерського господарства; обмеженого доступу до агротехнічних виробничих ресурсів.

Для вирішення цієї проблеми MPP заснувало три центричних кооперативних соціальних підприємства: пекарню, що виготовляє і продає

традиційний хліб Гаїті, ферму і магазин, що продає агротехнічні і фермерські виробничі ресурси.

Пекарня створює робочі місця для 24 клієнтів МРР і додатково є надійним джерелом постачання хліба місцевим жителям. Магазин продає товари, які сприяють стабільному розвитку і виробництву харчової продукції, а отже, сприяють так само працевлаштуванню на фермерських господарствах та створюють більше робочих місць. Ферма площею 50 акрів постачає місцеве населення продуктами харчування та створює понад сотню робочих місць [9].

В сумі соціальні підприємства МРР забезпечують близько 200 робочих місць для місцевих селян і постачають необхідні їм товари та послуги. У фінансовому плані вони не лише покривають власні витрати, а й приносять додатковий дохід, який МРР використовує для розвитку освіти, мікрокредитування, проведення навчальних агротехнічних програм. Тобто весь прибуток рефінансується у забезпечення соціальної місії компанії.

Щодо Європи, то тут становлення і розвиток соціального підприємництва відбувався під впливом таких факторів. У цій частині світу досить розвинута модель соціального захисту, однак існують проблеми із зростанням безробіття, що в комплексі створює велике навантаження на бюджет європейських країн. Саме тому на початку 90-х років ХХ століття соціальне підприємництво стало одним із вагомих інструментів подолання соціальних проблем на державному рівні [7].

Так, у 1991 році парламент Італії прийняв закон щодо діяльності «соціальних кооперативів» – малих та середніх бізнесів, що вирішують соціальні проблеми громад. Відповідно до цього закону, метою соціальних кооперативів є пошук спільного інтересу громади до суспільних проблем та соціальна інтеграція членів громади через:

- а) управління соціальними, освітніми послугами та послугами у сфері охорони здоров'я;
- б) реалізація різноманітної діяльності – сільськогосподарської,

промислової, підприємницької – з метою працевлаштування знедолених людей.

Закон визначив два типи соціальних кооперативів: тих, що надають соціальні, освітні та медичні послуги населенню (група «А») та тих, що створюють можливості для працевлаштування та соціальної інтеграції вразливих верств (група «Б») [10].

Прикладами діяльності соціальних підприємств типу «А» в Італії є:

- допомога вдома;
- центри денного перебування;
- соціоосвітні спільноти;
- терапевтичні спільноти;
- доми проживання;
- дитячі ясла.

В основному клієнтами громадських організацій типу «А» є: люди похилого віку; неповнолітні; інваліди; залежні; особи з розумовими відхиленнями.

Підприємства типу «Б» переважно працюють у таких напрямках:

- сільське господарство;
- охорона навколишнього середовища;
- столярна діяльність;
- комп'ютери;
- прання;
- прибирання;
- ремесло;
- друк та прошивання книг [11].

В Іспанії широко відомими є Мандрагонські кооперативи. Ці кооперативи мають власний університет, інститути, школи, дитячі садки. Підприємства створили банк «робоча каса», який надає кооперативам кредити та входить до найкращих у Європі за якістю обслуговування.

У країнах ЄС соціальні підприємства знані як «кооперативи соціальної

солідарності» (Португалія), «кооперативи соціальних ініціатив» (Іспанія), «компанії соціальної мети» (Бельгія), «соціальні кооперативи колективної власності» (Франція). Парламент Великобританії узаконив роботу соціальних підприємств (або «компаній, що працюють в інтересах громади» – social interest companies) у 2004 році.

Таким чином, можемо бачити, що організаційно-правові форми соціального підприємства можуть бути досить різними, але найпоширенішою формою є кооперативи.

Головною відмінністю європейських соціальних підприємств від американських є те, що вони створюються для вирішення соціальних проблем, а питання самоокупності для них не є першочерговим. Усе це у сукупності і призвело до того, що у своїх дослідженнях американські і європейські науковці відносять до соціальних підприємств дещо різні суб'єкти господарювання, але спільним для всіх них є наявність соціальної мети.

Американський варіант соціального підприємництва ліберальніший – «капіталізм із соціально відповідальним обличчям».

Останні роки соціальне підприємство дуже активно розвивається у США, а Президента Барака Обаму називають першим американським політиком, для якого підтримка соціального підприємництва та інновації стала основним компонентом економічної політики [9]. Заради підтримки соціального підприємництва та пов'язаної з ним соціальної інновації США не лише приймають закони, але створюють окремі відомства, організовують масштабні грантові конкурси та навіть розсекречують державні таємниці.

Лідером за кількістю створених соціальних підприємств є Великобританія — 875 555 підприємств, значною мірою це обумовлено активною державною політикою щодо підтримки соціального підприємництва. Реальна державна підтримка соціального підприємництва сприяє швидкому зростанню кількості таких підприємств.

У Великобританії 62 тисячі осіб (3,3% усього населення) працюють у

соціальному підприємництві, загальний оборот якого становить 27 мільярдів фунтів стерлінгів. Більшість соціальних підприємств у Британії є малими або середніми, і на них задіяно до 10 людей. Такий бізнес часто працює у депресивних районах, із уразливими групами.

Табл. 1 Порівняльна характеристика соціального підприємництва в країнах Європи та США

Країни ЄС	США
Акцент на колективній власності або управлінні СП членами громади або спільноти.	Головне – харизматичний лідер та його унікальні інноваційні шляхи вирішення соціальних проблем.
Наголос на процедурах та демократичному управлінні СП, ролі наглядових рад, участі акціонерів у розподілі прибутків.	Відсутність вимог щодо методу управління та юридичного статусу СП.
Головне не прибутки, а місія (особливо в Італії та Польщі). СП виживають за рахунок грантів, субсидій, пожертв тощо.	Головне прибутки як єдиний стійкий механізм забезпечення інвестицій у соціальну мету.
Локальна присутність та вплив.	Глобальна присутність та вплив.

У 2002 році у Великобританії було засновано національний орган соціального підприємства (коаліцію) – Social Enterprise UK. Ця організація об'єднує всі соціальні підприємства різних організаційно- правових форм.

Основні цілі: підтримка соціального підприємства з метою процвітання; розробка доказової бази для соціального підприємства; вплив на політику та політичні плани (програми); демонстрація переваг соціального підприємства; роль посередника, помічника, розвиток ринку та ін.

Серед прикладів соціального підприємництва, що орієнтоване на створення соціальної цінності для споживачів, наведемо діяльність компанії D.light design, Inc. Компанія була заснована в 2007 р. з місією забезпечувати бідне населення Індії, що не має доступу до електропостачання, відповідними освітлювальними приладами за доступними цінами, що працюють на сонячній енергії. Продукція компанії замінює газові лампи на альтернативні джерела світла, дозволяє людям заощаджувати значні кошти,

запобігає пожежам з необережності, зменшує негативні екстерналиї із забруднення навколишнього середовища викидами двоокису вуглецю. Результати діяльності цієї компанії вражаючі – її продукцією користуються понад 2,2 мільйона дітей шкільного віку, що дозволило зменшити викиди 276000 тонн двоокису вуглецю і заощадила користувачам більше 100 млн. дол. США витрат на енергію.

Наведені в таблиці кількісні показники розвитку соціальних підприємств у США не повною мірою відповідають дійсності, оскільки дана країна не веде єдиний реєстр і не всі соціальні підприємства ідентифікують себе як такі.

Згідно даних таблиці можна, що в Україні, на жаль, не так детально як в інших країнах здійснюється статистичне обстеження соціальних підприємств. Наприкінці 2014 року в процесі реалізації проекту «Створення всеукраїнського ресурсного центру розвитку соціального підприємництва «Соціальні ініціативи», що здійснювався громадською організацією «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ - XXI»», було проаналізовано діяльність 42 українських соціальних підприємств, які були внесені до «Каталогу соціальних підприємств України 2013 року». Разом з тим не всі ці підприємства можна віднести до категорії соціальних. Практично всі представлені у каталозі підприємства — це мікропідприємства з кількістю найманих працівників 3—5 осіб. При цьому слід враховувати практику неофіційного працевлаштування, тобто у роботі таких підприємств часто задіяні волонтери.

Найпоширенішими організаційно-правовими формами соціальних підприємств у Європі є асоціації, фонди, кооперативи. У США оригінальною організаційно-правовою формою соціальних підприємств є так звані «С» corporations, на які припадає 1/3 всіх соціальних підприємств.

Табл. 2 Критерії основних складових соціального підприємства в США ЄС та Україні

Критерії	Назва країни		
	Країни ЄС	США	Україна
Кількість створених соціальних підприємств	Великобританія – 875 555; Німеччина – 513 727; Фінляндія – 134 490; Австрія – 118 475; Чеська республіка – 101 785; Італія – 97 699; Польща – 94 945; Угорщина – 61 024; Інші країни – 434 804	Близько 100 000	Близько 700
Кількість зайнятих	14,5 млн. осіб близько 6,5% від працездатного населення	10 млн. осіб	
Дохід від результатів діяльності	24 млрд. £ у Великобританії	500 млрд. дол.	
Основні види діяльності	Охорона здоров'я та надання соц. допомоги; Освіта; Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	Охорона здоров'я та надання соц. допомоги; Освіта; Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; Інформація та телекомунікація	Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; Переробна промисловість
Основні організаційно-правові форми	Асоціація та фонд – 92 % (2 595 324 організацій); Кооператив і схожі організації – 7 % (208 655 організацій); Компанія взаємного страхування 1 % (21 790 організацій)	Одноосібне володіння (Sole proprietorships) Корпорації Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) Не прибуткові підприємства	Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) Громадська організація Фізична особа-підприємець Благодійний фонд Приватне підприємство
Джерела фінансування	Оплата за товари (послуги) Гранти Капітал інвесторів Членські внески Приватні пожертвування	Фонди (Skoll Foundation, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, William and Flora Hewlett Foundation) Оплата за товари (послуги) Приватні пожертвування	Оплата за товари (послуги) Приватні пожертвування Міжнародні фонди

Окрім «С» корпорацій, соціальні підприємства у даній країні створюють у формі некомерційних організацій або товариств з обмеженою відповідальністю [4]. Поширеними організаційно-правовими формами соціальних підприємств в Україні є такі: громадські організації і фізична особа підприємець — 28 %, громадська організація — 26 %, фізична особа підприємець — 15 %, ТОВ і підприємство об'єднання громадян по 13 % кожен, і по 2,5 % припадає на благодійні фонди та приватних підприємців [6].

Найсуттєвішим фактором вибору тієї чи іншої організаційно-правової форми є податкове законодавство, яке, враховуючи специфіку таких підприємств, і обумовило зазначені вище їх організаційно правові форми.

Для соціальних підприємств характерний дуже широкий спектр їх діяльності від надання соціальних послуг до працевлаштування людей з особливими потребами чи житлозабезпечення. За даними проекту SELUSI, спрямованого на дослідження діяльності більше 600 соціальних підприємств в Європі, були визначені основні сфери їх роботи: соціальні послуги — 16,7 %, працевлаштування та навчання — 14,88 %, охорона довкілля — 14,52 %, освіта — 14,52 %, економічний, соціальний розвиток та розвиток громади — 14,34 %, культура, мистецтво та відпочинок — 7,08 %, охорона здоров'я — 6,9 %, забезпечення житлом — 2,72; бізнес-асоціації — 2 %, законодавство, пропаганда та політика — 1,63 %, інші — 4,72 % [2].

Соціальні підприємства у США задіяні переважно в таких сферах: послуги: допомога при стихійних лихах, охорона здоров'я; боротьба з безпритульністю, подолання бідності, імміграція, захист цивільних і громадянських прав, спорт і відпочинок. Значно менше їх створено у таких сферах, як економічний розвиток громади, медико-біологічна сфера, засоби масової інформації та комунікації [9]. Найпоширенішим видом діяльності українських соціальних підприємств є надання послуг — майже 67 % підприємств (освіта, спортивні клуби, туризм); далі йде поєднання виробництва і надання послуг — 26 % (легка промисловість і психологічна допомога, виробництво сувенірної продукції української тематики та

професійно-технічна освіта / діяльність шкіл підготовки водіїв транспортних засобів / надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів). Виробничою діяльністю займаються лише 7 % підприємств (сфера харчування, поліграфія, сільське господарство) [6].

Принципово важливим аспектом розвитку соціальних підприємств є питання про джерела фінансування їх діяльності. У європейській моделі фінансування найважливішим джерелом фінансування є отримання замовлення від державних органів, гранти, приватні пожертвування, членські внески та доходи від реалізації результатів діяльності. В американській моделі практично ті ж самі джерела фінансування, однак з іншою пріоритетністю: фонди та приватні пожертвування, а також дохід від реалізації результатів діяльності і вже потім отримання грантів. В Україні на сьогоднішній день більшість соціальних підприємств часто отримують кошти від закордонних донорів, а саме Schwab Foundation, міжнародний фонд «Відродження», PricewaterhouseCoopers в Україні, Британська Рада в Україні, а також Фонд Східна Європа. Разом з тим для частини соціальних підприємств основними джерелом фінансування є доходи від реалізації їх товарів та/або послуг [10].

Характерною рисою розвитку соціальних підприємств у західних країнах є їх активна державна підтримка. При цьому існують концептуальні відмінності у побудові системи їх державної підтримки у європейській та американській моделях. У європейських країнах створена спеціальна законодавча база (Закон про соціальні кооперативи (Італія, 1991 р.), Закон 4019/30-9-2011 «Про соціальну економіку та соціальні підприємства» (Греція, 2011), The Public Services (Social Value) Act (Закон про державні послуги (соціальні цінності) (Великобританія, 2012)), що регулює процеси створення, функціонування та державної підтримки. Натомість, у США правові аспекти регулювання і державної підтримки соціальних підприємств унормовані в межах загального для інших суб'єктів господарювання правового поля. У цій країні державна підтримка розвитку соціального підприємництва зводиться

до: «усунення правових адміністративних бар'єрів, законодавчого забезпечення пільгових кредитів, розвитку соціального партнерства між державними організаціями, бізнесом і некомерційним сектором», надання преференцій у сфері ліцензування та сертифікації соціальних підприємств у таких сферах, як соціальне обслуговування, освіта, медицина. Соціальним підприємствам гарантується можливість отримання соціальних замовлень від державних агентств [11].

Організаційне забезпечення державної підтримки соціальних підприємств в європейських здійснюється шляхом створення спеціальних органів на загальнодержавному та місцевому рівні з чітко визначеними їх функціями. Наприклад, Департамент третього сектору при Кабінеті міністрів у Великобританії. Відповідно до концепції державної підтримки соціальних підприємств США такі органи влади не створюються, тобто у США відсутня практика активного залучення органів влади до підтримки соціальних підприємств. Підтримка їх діяльності входить до компетенції Адміністрації малого бізнесу, яка опікується питаннями розвитку всіх суб'єктів малого бізнесу країни. Фінансову підтримку соціальних підприємств у США здійснює Департамент соціальних інновацій, який щорічно надає близько 2 млн дол. на підтримку перспективних інноваційних проектів, до числа яких потрапляють і соціальні підприємства [14].

Соціальні підприємства, розташовані у країнах Європи, надають менше видів послуг порівняно з широким спектром наявних у Сполучених Штатах. Як правило, європейські соціальні підприємства функціонують у конкретних галузях, у яких держава в певний період зменшила фінансування або яким ніколи не вистачало державного фінансування для повного задоволення потреб суспільства. Тому розвиток соціальних підприємств у кожній з європейських країн, зокрема, залежав від загального добробуту й обставин у ній.

Таким чином, можемо підсумувати, що в Європі соціальні підприємства часто асоціюються з соціальними кооперативами або асоціаціями,

створеними для забезпечення зайнятості і ґрунтуються на ідеї «активного участі». У Сполучених Штатах соціальні підприємства – це зазвичай будь-який вид неприбуткових організацій, які отримують дохід. Кооперативи та трудові колективи, які існують у США, рідко розглядаються як соціальні підприємства.\

1.3. Розвиток соціального підприємництва в Україні

В ХХІ ст. в Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій як ефективний механізм вирішення локальних соціальних і економічних проблем територіальних общин. Так, з жовтня 2010 року на базі Асоціації аналітичних громадських організацій «Соціально-економічні стратегії і партнерства» почав роботу Центр підтримки соціального підприємництва.

В Україні соціальним підприємством вважається суб'єкт господарської діяльності, робота якого спрямована на досягнення соціальних результатів у сфері охорони здоров'я, освіти, науки, культури, довкілля або ж надання соціальних послуг та підтримка соціально незахищених категорій населення.

Майже десять років тому — у 2006-му було впроваджено проект "Мережа громадської дії в Україні" (UCAN), фінансований США. Американські експерти провели тренінги для представників громадських організацій. Пізніше американський уряд надав гранти на створення соціальних підприємств на основі результатів конкурсу бізнес-планів.

Так, з жовтня 2010 року на базі Асоціації аналітичних громадських організацій «Соціально-економічні стратегії і партнерства» почав роботу Центр підтримки соціального підприємництва.

У 2010–2013 рр. була ще одна ініціатива. У консорціум "Сприяння соціальному підприємництву в Україні" ввійшли Британська рада, фонди "Східна Європа" та "Відродження", аудиторська компанія Pricewaterhouse

Coopers, "Ерсте банк". Долучилася і державна організація — Український фонд підтримки підприємництва.

В Україні вже нагромаджено перший досвід соціального підприємства. Так, Український фонд підтримки підприємництва та Міжнародний Фонд «Відродження» реалізують проект «Сприяння розвитку соціального підприємництва», який покликаний поширити ідеї соціального підприємництва в українському суспільстві та надати соціальним підприємцям, які прагнуть розвивати власний бізнес, доступ до безкоштовної юридичної, фінансової та консультативної допомоги. У рамках програми «Сприяння розвитку соціального підприємництва» працюють 2 центри підтримки соціального підприємництва у Львівській та Донецькій областях, що функціонують на базі Сокальської агенції регіонального розвитку.

Основними завданнями та напрямками діяльності центрів є створення навчального, консультаційного, просвітницького та інформаційного осередку, що розвиває та представляє сектор соціального підприємства в регіоні.

Діючі в Україні соціальні підприємства наразі сильно відрізняються від закордонних аналогів, оскільки їх діяльність має багато нюансів. Практично за кожним з них стоїть якийсь фонд або гранти, адже щоб почати бізнес, потрібен стартовий капітал. Досягнення прибутковості для більшості компаній, що займаються соціальним підприємництвом, – мета далекої перспективи: їх поточні завдання більшою мірою стосуються виконання соціальних програм, а не розробки ефективних бізнес-підходів.

В Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій, як ефективний механізм вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад.

В Одесі діє громадська організація «Дорога до дому», в рамках діяльності якої видається газета для бідних, а також працюють цехи з пошиття одягу.

Ще одним прикладом українського соціального підприємства є асоціація «Мир, краса, культура» у Херсоні, яка запровадила «Творче

практичне заняття», щоб виготовляти і продавати ексклюзивний одяг для дітей і молоді, використовуючи натуральні тканини, оздоблені традиційним українським орнаментом у сучасному стилі. Прибуток використовуються для піднесення української культури, мистецтва за допомогою театру, шкіл, навчаючи молодь навичкам, які б забезпечили їх сталими робочими місцями у майбутньому.

В Києві є товариство «Аліса» для людей з обмеженими можливостями, яке створило можливості для навчання і роботи своїх клієнтів, заснувавши шість бізнес підприємств: магазин канцтоварів «Аліса»; кафе «Посадена»; торгову фірму «Етіт»; архітектурну фірму «Інсторм»; рекламне агентство «Моностат»; спортивні приміщення для навчання дітей бойовим видам мистецтв [7].

У Житомирі при громадській організації «Місія Самаритян на Україні» працює цех з виготовлення виробів з металу (решітки, ворота і т.д.).

У селі Плоске Кіровоградської області знаходиться Центр реабілітації наркоманів «Повернення до життя». Тут же окремо проживають п'ятеро співробітників. Сімдесят відсотків мешканців центру – ВІЛ-позитивні. Мешканці центру виготовляють бетонні шашки, які використовуються в основному для мощення тротуарів. Частина доходів йде на їх утримання в центрі, а решта грошей заощаджується, з метою розширення виробництва. «Ми створили це підприємство, щоб стати, врешті-решт, незалежними від державного фінансування і донорської допомоги», – говорить директор центру «Повернення до життя» Олександр Остапов.

Львівська організація «Оселя» дає бездомним дах над головою і одночасно залучає їх до роботи по реставрації меблів, які потім виставляються на аукціон (якщо меблі були передані організації як пожертвування) або продаються. Одержані кошти йдуть на фінансування притулку і заробітну плату співробітникам.

У Луганську декілька ВІЛ-інфікованих жінок шиють одяг за індивідуальними замовленнями. Соціальний ефект в даному випадку полягає

в тому, що люди дістають можливість заробляти гроші своєю працею в суспільстві, яке негативно відноситься до них і ущемляє їх права. Завдяки соціальному підприємництву з'являються нові ринки, можливості і перспективи.

У Львові недержавна організація «Дерево життя», що працює з людьми, у яких порушений слух, спільно з комерційною фірмою зайнялася виробництвом аудіокниг високої якості. Вони мають підвищений попит у споживачів. В результаті вдалося створити новий сегмент ринку. За рахунок доходів з продажів «Дерево життя» вже профінансувало видання трьох нових книг. Крім того, що організація продає аудіокниги в книжкових магазинах Львова і на місцевих ринках, вона безоплатно передає аудіофайли і книги у всі бібліотеки для глухих людей в області [13].

Благодійний фонд «Благовіст» реалізував проект «У життя – з конкурентними знаннями», у якому на базі школи-інтернату у м. Суми було підтримано виробництво сільгосппродукції та розвиток ремесл; Фонд сприяння діяльності літературно-меморіального музею М. Булгакова в м. Київ – проект «Дім Булгакова запрошує в гості» (ремонт музею); Благодійний фонд «Еко-милосердя» - проект «Дитячий стоматологічний центр»; Благодійне підприємство «Перлина Буковини» - проект «Соціальні мережі самозабезпечення» (запровадження нових механізмів самозабезпечення сільського населення гірських регіонів); Асоціація «Світ. Краса. Культура», яка створює робочі місця по всій Україні для малозабезпечених жінок, що перебувають у особливих кризових життєвих обставинах - проект «Соціальне підприємство – Дизайнерський дім» (фінансова підтримка різних проектів для дітей); Благодійна організація «Центр допомоги дітям-інвалідам» - проект «Робота в міні-друкарні як спосіб соціальної реабілітації молодих інвалідів».

У 2010 році в Україні започатковано проект Британської Ради «Сприяння розвитку соціального підприємництва» за партнерської підтримки фонду «Східна Європа», компаній PricewaterhouseCoopers та «Ерсте Банку». Цілі проекту – поширення нової ідеї в українському суспільстві, а також

надання необхідної допомоги підприємцям для успішного старту соціального бізнесу.

Загалом за час роботи цього проекту з 2010 по 2012 рік було проведено ряд тренінгів по розвитку соціального бізнесу в Києві, Донецьку, Львові, Одесі, Сімферополі та Севастополі, Миколаєві, Житомирі і у Боярці. При цьому, тренінги та програми, що проходили в Севастополі, Миколаєві, Житомирі та Боярці відбувалися за ініціативи місцевої громади, бізнесу чи державних органів [14].

На початку 2011 року відбувся відкритий конкурс (всього було подано 250 заявок), за підсумками якого організатори відібрали 80 учасників в трьох регіонах України - Львівській, Донецькій областях і в Криму. Учасники проекту пройшли програму навчання та тренінгів, розроблену за участю успішних підприємців з Великобританії, отримали юридичну та консультаційну підтримку експертів, а також розробили бізнес-плани власних підприємств. За результатами конкурсу було відібрано чотири кращих бізнес-плани, які найбільш повно відповідали всім заявленим критеріям і які матимуть подальшу підтримку організаторів.

Так, в м. Новоазовськ Донецької області ТОВ «Медичний реабілітаційний центр «Здоров'я» розробило план, реалізація якого розширить спектр медичних послуг для реабілітації пацієнтів з ураженнями центральної та периферійної нервової системи, включаючи надання їм соціальної та психологічної допомоги. Проект передбачає працевлаштування безробітних та людей з обмеженими можливостями. Частина прибутку від надання платних послуг буде спрямована на реалізацію безкоштовних реабілітаційних програм для дітей, хворих на сколіоз та ДЦП, з сімей з низьким рівнем доходів.

Громадська організація «Євпаторійський інформаційно-консультаційний центр» запропонувала проект по створенню ТОВ «Перспективний центр» у с. Молочне Сакського району АР Крим. Розвиток туризму (створення туристичного продукту «ночівля + сніданок» із

зануренням відпочиваючих в сільський побут) дозволить створити нові робочі місця, більш повно використовувати людський потенціал і природні ресурси регіону. Частина прибутку ТОВ «Перспективний центр» буде відраховуватися на реалізацію програм, спрямованих на навчання сільського населення навичкам ведення бізнесу та фінансової грамотності.

У м. Броди, що на Львівщині, науково-виробниче об'єднання «Дитяча надія» планує створити Центр екологічного землеробства для вирощування, переробки та реалізації екологічно чистої продукції, поширити досвід ведення органічного землеробства серед населення за допомогою проведення навчальних і рекламних заходів. Проект передбачає працевлаштування молодих людей з обмеженими можливостями, а також членів їх сімей [15].

Основною проблемою у розвитку соціального бізнесу в Україні є відсутність підприємницької освіти в ініціаторів його створення. Для цього насамперед потрібно провести інформаційну роботу. Адже ні бізнес, ні влада, ні суспільство не розуміють достатньою мірою переваг, які надає розвиток соціального підприємництва. Питання мають вивчати і наукові інституції. Також потрібно вести індивідуальну розмову з підприємливими людьми, а не громадськими організаціями. Вони повинні створювати соціальні підприємства. Проводити їх повинна підприємницька спільнота — консультанти-інвестори, які "підняли" бізнес і розуміють суть соціального підприємництва. Це можуть бути благодійні фонди, які мають свій недоторканий капітал. Вони мають виступити коучами, які не запропонують пару тренінгів стартаперам, а вестимуть їх протягом кількох років.

Так, протягом 2014-2015 рр. відбулося раптовим збільшенням кількості благодійних фондів в Україні. Наприкінці жовтня 2014 р. їх було майже 10 тис., на початок лютого 2015-го — приблизно 15 тис. Волонтери зрозуміли, що благодійні фонди — це хороший інструмент залучення коштів на потреби військових.

Реальним показником того, що соціальне підприємництво закріпилося в Україні, буде момент самоорганізації соціальних підприємців з метою

обміну досвідом і впливу на формування прихильної державної політики. Поки у нас немає багато практик, розмови про законодавство, закріплення терміна "соціальне підприємництво" є марними. Має бути достатня кількість соціальних підприємців, які, дійшовши консенсусу, лобіюватимуть свої інтереси через створення закону.

Ми вважаємо, що для активізації розвитку соціального підприємництва в Україні нині необхідним є:

- закон про соціальне підприємництво, що визначав би чіткі критерії соціального підприємництва та створив правові механізми підтримки соціальних підприємців;

- поширення інформації про соціальне підприємництво через засоби ЗМІ;

- створення спеціальних кредитних і позикових програм для залучення фінансових коштів на першому етапі розвитку соціального підприємництва;

- започаткування програм з професійного навчання бажаючих для здійснення діяльності у сфері соціального підприємництва;

- нарощення соціального капіталу для підвищення рівня взаємодовіри та взаємодії у суспільстві.

Одиним з успішних прикладів ефективного соціального підприємства в Україні є пекарня "Горіховий дім", який створила господарська організація "Народна допомога-Львів". Потрібно було фінансувати програму інтеграції жінок, які опинилися в кризовій ситуації. Їм надають житло та з допомогою соціального працівника й психолога протягом 14 місяців намагаються повернути до нормального життя. Саме жінки надихнули на ідею пекарні. Адже вони не знали, як готувати їсти, не могли годувати дітей, доводилося їх цього навчати. Засновник соціальної пекарні Юрій Лопатинський розповідає, що перші кошти — це австрійський грант, бо місцева влада не готова була передбачити невеликі гроші в бюджеті. Наступні — кредит на пільгових умовах від голландських партнерів. Потім протягом кількох років набирались досвіду і знань, що таке маркетинг, як зареєструвати підприємство, як вести

управлінський і бухгалтерський обліки. Проте сьогодні про смачне "печиво задля Доброї справи" знає чимало людей. У 2014 р. господарська організація спожила лише на 10 тис. грн більше коштів, ніж змогла профінансувати її потреби пекарня. "У планах — вийти в хороший плюс. Ми ведемо перемовини про наступний кредит. Готові до розширення діяльності", — ділиться засновник пекарні. Ще варто сказати, що жінки самостійно оплачують комунальні послуги. Це їхня фінансова відповідальність, яка є складовою програми інтеграції. Одна з жінок працює прибиральницею в "Горіховому домі". Іншим у працевлаштуванні допомагає мережа клієнтів соціального підприємства.

Отже, соціальне підприємництво в нашій державі часто є єдиним можливим варіантом бодай часткового вирішення суспільних проблем. Для їх сталого розвитку виникає необхідність сприятливого клімату, який повинні створити уряд і місцева влада. Уряд має чітко усвідомлювати, що соціальне підприємство є інструментом, який сприяє розвитку суспільства. Головним завданням, у контексті цього, стає подолання недостатньої обізнаності щодо його природи. Посадовці мають бути залучені до соціального підприємництва як ресурсу для досягнення державного завдання – подолання бідності в Україні.

РОЗДІЛ 2

ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В М. КРЕМЕНЧУК

1. Резюме

У 2016 році приватне підприємство «CHOCOLATE» планує розпочати виробництво кондитерських виробів з особливим акцентом на ексклюзивні дитячі шоколадні вироби. Продукція знайде свого споживача, тому що вона збагачена вітамінами, тваринні жири частково замінені на рослинні та традиційний приємний смак.

Приватне підприємство «CHOCOLATE» орієнтоване на торгово-виробничу діяльність, відноситься до галузі харчової промисловості.

Приватне підприємство «CHOCOLATE» спрямує свою діяльність на допомогу в реабілітації хворих дітей, здебільшого дітей з ДЦП. Реабілітація хворого після проходження курсу лікування в лікарні є вкрай складною, особливо для дітей. Тому ми пропонуємо створити підприємство, яке допоможе маленьким пацієнтам відчувати себе повноцінними особами. На базі якого буде проводитись гурток тривалістю в 2-3 години де маленькі майстри зможуть познайомитись з історією виникнення та процесом виробництва шоколадних виробів.

2. Опис продукту.

Важливо те, що соціальне підприємство буде єдине в своєму регіоні (області), що вироблятиме для населення солодощі: цукерки, карамель, вафельні вироби, печиво. Зазначені вироби поставляються барвисто-художньо оформленими в художніх коробках, одиничною розфасовки в загортці.

Підприємство спеціалізується на випуску кондитерських виробів, а саме: карамелі, цукерок глазуrowаних і не глазуrowаних, драже, печива, вафельних виробів, цукерки, фігурки, прикраси, сувеніри або ж вітальні листівки з шоколаду, які безпосередньо будуть вироблятися хворими дітьми .

Кондитерські вироби відносяться до продуктів першої необхідності, тим більше, що попит на них зростає, за 2014р. зростання склало 4,8% в порівнянні з 2013р.

Кондитерські вироби нашого підприємства не містять шкідливих хімічних добавок, яких вистачає в продукції інших виробників кондитерських виробів, що є безсумнівним плюсом для нашої продукції.

Продукція, планована до випуску, має властивості, що вигідно відрізняють її від продукції інших виробників, підприємство використовуються для виробництва продукції виключно натуральні продукти, що забезпечує традиційний приємний смак. Участь дітей у виробництві дозволять позитивно розташувати покупця до себе, і виступати фундаментом конкурентоспроможності продукції.

3. Трудові ресурси

У виробництві шоколадних виробів, задіяні 45 робітників, не виключаючи апарат управління. У виробництві шоколадних виробів, окрім основних робітників будуть задіяні близько 10-15 дітей з ДЦП. Весь технологічний процес виробництва виробів з шоколаду буде спрямований на те, щоб кожен з дітей зміг відчувати і передати свої емоції при виробництві цукерок. Саме цей товар складе основу ексклюзивних шоколадних товарів. При цьому під час виробництва продукції кожна дитина самостійно зможе втілити в реальність свої фантазії та максимально проявити свої творчі здібності. Діти самі зможуть вибрати, що саме їм цікаво виробляти: шоколадні цукерки, фігурки, прикраси, сувеніри або ж вітальні листівки з шоколаду.

4. Опис ринку, прогноз збуту

Незважаючи на існуючі труднощі, що виникають у зв'язку зі зростаючою конкуренцією з боку великих концернів, колектив підприємства націлений на нарощування обсягів виробництва, розширення ринків збуту за рахунок підвищення конкурентоспроможності виробів. Розробляється стратегія щодо входження на нові ринки збуту, переважно іноземні.

Об'єм виробництва кондитерських виробів в Україні за 2016 рік складе близько 102-122 т., вартістю близько 900 500 грн. Структура виробництва кондитерської продукції розподілена таким чином: доля виробництва нешоколадної продукції складає 24%, шоколаду та шоколадних виробів (карамель) - 20%, мучних виробів (печива, вафельних виробів) - 34%, шоколадних виробів – 46% з них 4% склали цукерки, фігурки, прикраси, сувеніри або ж вітальні листівки з шоколаду, які виробляють діти.

Позитивним можна назвати і активне витіснення шоколадного імпорту з українського ринку, в якому сьогодні частка закордонних марок складає в сукупності біля 5%.

Передбачається, що споживачами стануть діти і люди люблячі кондитерські вироби. Норма споживання кондитерських виробів на одну людину в середньому становить 8,5 кг. на рік. Навіть якщо вважати, що в рік людина з'їсть 2 кг. шоколаду, а потенційних споживачів у місті Кременчук близько 200 000 осіб, то вже вийде 400 т.

Потенційна місткість ринку:

$200\ 000 * 2\ \text{кг.} = 400\ 000\ \text{кг.} = 400\ \text{т.}$ кондитерської продукції може вмістити ринок міста Кременчук.

Реалізація здійснюється через посередницькі організації (бази) - близько 10,0%, безпосереднім роздрібним структурам - близько 20,0%, за прямим контактам з покупцями - близько 70,0% (прямий збут). Також щомісяця буде проводитись акція. В якій приймуть участь особисто творці шоколадних шедеврів - діти. Вони самостійно зможуть продати свій власний шоколадний витвір або ж за бажання просто подарувати його!

При формуванні обсягу продажів ключове місце займає питання ціноутворення. Враховуючи розбалансування механізму ціноутворення, значний рівень конкуренції на підприємстві застосовується цінова еластичність. Ціни встановлюються на основі угоди між покупцями і підприємством з урахуванням економічних інтересів. Зниження цін зумовлене підвищенням обсягів випущеної продукції і скороченням за

рахунок цього витрат виробництва.

Незалежно від пори року продукт купується в певних обсягах, але є досить серйозні скачки перед новорічними святами. Тому було прийнято рішення щодо впровадження власної традиції, а саме: 1 раз перед новорічними святами буде проводитись аукціон з продажу ексклюзивних шоколадних виробів. Всі кошти від продажу шоколадних виробів буде спрямована на забезпечення заходів для подолання хвороби-ДЦП та забезпечення путівок у оздоровчі комплекси для хворих дітей.

Сегментування споживачів у цьому проекті зробимо за рівнем прибутковості. У результаті ринок буде розділений на такі сегменти табл. 1:

Таб. 3 Сегментація ринку споживачів кондитерських виробів за рівнем прибутковості та попитом

За рівнем прибутковості та попитом		
Низький	Середній	Високий
Цукерки на вагу, додавання дешевших наповнювачі, не загорнуті цукерки.	Цукерки з дорожчої сировини, загорнуті в привабливі обгортки.	Елітні цукерки в коробках, з дорогим наповнювачем, з якісними і привабливими обгортками. Більша частина обгортки зроблена по дизайну запропонованим дітьми.

Таким чином, на даний момент можна виділити три основні групи споживачів, які готові пред'явити платоспроможний попит на пропоновані їм послуги:

- Група споживачів з високим рівнем прибутковості і певними звичками;
- Група споживачів із середнім рівнем прибутковості;
- Група споживачів з нижче середнього рівнем прибутковості, яка може лише частково задовольнити свою потребу.

Очевидно, що існують фактори, які стримують платоспроможний попит на кондитерські вироби. Основними факторами є високі ціни на дійсно

якісний і смачний товар; населення ще не звикло до такого виду продукту (участь дітей хворих на ДЦП у виробництві продукції) і не задіяна реклама у інформуванні споживачів про такий вид виробництва. Після проведення реклами планується збільшити виробництво на 5% за рахунок власних споживачів і за рахунок споживачів обласних міст.

Таким чином, потенційний незадоволений платоспроможний попит може бути задоволений лише продукцією, що поєднує в собі два непримиренних властивості: високу якість при відносно не високою ціною реалізації.

Аналізуючи тенденції, які існують на ринку кондитерських виробів можна прогнозувати, що задоволення наявного дефіцитного попиту можна можливо лише у випадку високої якості продукції та встановлення прийнятної для середнього споживача рівня цін, що і є основними пріоритетами в маркетинговій і виробничій політиці приватного підприємства «CHOCOLATE»

5. Конкуренція

Як конкурентну політику краще вибрати стратегію лідерства по витратах. Головне завдання даної стратегії - отримання та підтримка величини витрат на більш низькому рівні, ніж у конкурентів, тим самим пропонуючи покупцям більш низьку ціну.

Для проведення стратегії лідерства по витратах необхідні такі передумови:

- доступ до капіталу;
- нововведення та вдосконалення виробничого процесу;
- ретельний контроль робочої сили;
- прості у виготовленні продукти;
- система збуту, що не вимагає великих витрат.

Основними конкурентами підприємства є:

- Концерн «АВК»;
- Львівська кондитерська фірма «Світоч»;
- Чернігівська кондитерська фабрика «Стріла».

- Кондитерська корпорація «ROSHEN»

Враховуючи розбалансування механізму ціноутворення, значний рівень конкуренції на підприємстві застосовується цінова еластичність. Ціни встановлюються на основі угоди між покупцями і підприємством з урахуванням економічних інтересів. Зниження цін зумовлене підвищенням обсягів випущеної продукції і скороченням за рахунок цього витрат виробництва. Впровадження на підприємстві системи знижок і подарунків для потенційних покупців.

Табл. 4 SWOT-аналіз приватного підприємства «CHOCOLATE»

<p>1. Сильні сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> • Потенційно високий попит на вітчизняні кондитерські вироби; • Велика кількість висококваліфікованого технічного персоналу; • Відпрацьовані канали збуту; • Продукція не містить шкідливих хімічних добавок 	<p>1. Слабкі сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> • Високий рівень конкуренції; • Використання сировини, яка швидко псується і потребує особливих умов зберігання.
<p>2. Зовнішні можливості</p> <ul style="list-style-type: none"> • Розширення продаж продукції за кордон; • Відкриття нових магазинів по всій території України; • Збільшення обсягів продукції. 	<p>2. Зовнішні загрози</p> <ul style="list-style-type: none"> • Розвиток кондитерської галузі, збільшення конкурентів; • Зниження попиту на продукцію; • Зростання цін на тривале на сировину, зокрема, на цукор, жири, какао-боби, а також на енергоресурси; • Нестабільність податкової та законодавчої бази.

6. Фінансові показники

Табл. 5 Фінансові результати приватного підприємства «CHOCOLATE»

Стаття	2016 р.	2017 р.
Дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) тис.грн.	125 693	182 120
Податок на додану вартість	23 593	29 908
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції(товарів, робіт, послуг), тис.грн	102 100	152 212
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) тис.грн.	64 102	45 453

Продовження табл. 5

Валова:	10 299	6 759
Збиток		

Інші операційні доходи, тис.грн.	6 614	5 272,4
Адміністративні витрати, тис.грн.	34 425	3 513,6
Витрати на збут, тис.грн.	22 961	2 331,6
Інші операційні витрати, тис.грн.	7 159	5 642,4
Інші доходи, тис.грн.	7,2	17,0
Фінансові витрати, тис.грн.	89,0	122,8
Інші витрати, тис.грн.	460,7	239,0
Фінансові результати від звичайної діяльності і оподаткування:	1 826,0	199,3

Табл.6 Елементи операційних витрат

Стаття	2016 р.	2017 р.
Матеріальні витрати, тис.грн.	22 578,0	12 144,9
Витрати на оплату праці, тис.грн.	25 796,6	19 951,5
Амортизація, тис.грн.	4 385,3	5 242,9
Інші операційні витрати, тис.грн.	1 760,9	1463,7
Разом	64 053,2	4 6410,0

7. Джерела фінансування

Початковим вкладом в розробку та впровадження соціального напрямку діяльності на підприємстві можуть бути різні джерела фінансування. Найпоширенішими з яких є:

1. Програма соціального інвестування WNISEF (PCI) розробила механізм пільгового кредитування соціальних підприємств, який реалізується спільно з комерційними банками-партнерами, з метою вирішення актуальних соціальних проблем в Україні;

2. «Посиллою добрі рішення» – це серія заходів, націлених на взаємодію талантів, залучення ресурсів та спрямування енергії самоорганізації в життєздатні проекти. Успішно підтримані проекти будуть додатково профінансовані партнером програми Раст в Україні;

3. Грант на підтримку малого бізнесу, вирішуючого соціальні проблеми.

4. Власний капітал засновника соціального підприємства;

5. Залучений капітал інвесторів тощо.

В даному випадку приватне підприємство «CHOCOLATE» в якості джерела фінансування використає відрахування на соціальні витрати, які склали які складуть 20% від доходу. Тобто планується, що в 2016 р. прибуток підприємства складе 102 100 тис. грн., 20% з яких буде виділено на соціальні заходи - 20 420 грн., в 2017 р. витрати на соціальні потреби складуть 30 442,4 грн.

8. Оцінка ризику і страхування.

Серед існуючих труднощів (ризиків) найважливішими для підприємства є такі:

- несприятлива економічна ситуація в Україні ускладнює можливість ведення успішного та стабільного бізнесу;
- нестабільність, непослідовність податкової системи не дозволяє точно планувати податки у майбутньому;
- зниження платоспроможності населення;
- дефіцит ресурсів високої якості;
- підвищення ціни на сировину і матеріали;
- можливість втрати постачальників сировини;
- висока злочинність, корупція.

За нестабільності економічної ситуації для зменшення ризикованості проекту доцільно створити на підприємстві фонд комерційного ризику, куди має відраховуватись 15% чистого прибутку підприємства. Альтернативним методом зниження ризику є співробітництво із страховою компанією з метою страхування ризику вкладення коштів у розвиток діяльності підприємства.

Отже, приватне підприємство «CHOCOLATE» створене для надання допомоги в реабілітації хворих дітей з ДЦП. Кожна дитина на підприємстві зможе вибрати виробництво того товару, який буде їй цікавим і принесе найбільше задоволення. В процесі виробництва діти зможуть розкрити свої творчі можливості і надалі їх розвивати. Для реалізації цього заходу від прибутку буде виділятися 20%, на 2016 рік ця сума складе 20 420 грн. Ці

кошти будуть витрачені на забезпечення путівок в санаторії для побільшого лікування та оздоровлення дітей з ДЦП.

ВИСНОВКИ

Підкреслюючи актуальність проблеми становлення та розвитку соціального підприємництва в Україні, можна зробити такі узагальнюючі висновки.

У контексті створення сприятливих умов розвитку соціального підприємництва в Україні потребують юридичного визнання різні організаційно-правові форми соціальних підприємств.

Соціальні підприємства повинні бути достатньо гнучкими, що обумовлено наявністю жорстких законодавчих меж, перешкоджаючих їх розвитку. Статутні цілі таких підприємств повинні передбачати виробництво товарів або надання послуг суспільного характеру.

Уряд повинен подбати про встановлення податкових пільг для соціальних підприємств, що, у свою чергу, зменшить непрямі податки у випадках, коли ринковий дохід недостатній для підтримки соціальної діяльності, а також про надання субсидій для розвитку соціальних підприємств за допомогою зменшення податку на отримані дотації і споживчі витрати.

На щастя, податкове законодавство в Україні стимулює компанії залучати у свою діяльність інвалідів, знедолених та малозабезпечених, тим самим отримуючи пільги в оподаткуванні. Такий інструмент державного регулювання є хорошим, однак недостатнім, адже забезпечення потреб спільноти вимагає орієнтацію бізнесу на соціальну місію, а не лише на залучення інвалідів, знедолених та малозабезпечених до роботи компанії.

Особливої уваги потребує питання реалізації сприятливих форм взаємодії з громадськими організаціями під час виробництва товарів та послуг суспільного характеру, участі соціальних підприємств у конкурсах на виконання державних замовлень; забезпечення конкурентних умов у сфері соціального підприємництва; підтримки розвитку соціального підприємництва в регіонах.

Соціальне підприємництво, хоча й повільно, перетворюється на реальний механізм вирішення суспільних проблем в Україні, коли підприємництво у соціальній сфері, підприємницька діяльність благодійних та громадських організацій або бізнес із соціальною місією охоплює різні соціально незахищені верстви населення.

Прикладом соціального підприємства, яке буде створене в м. Кременчук є приватне підприємство «CHOCOLATE», яке спрямує свою діяльність на допомогу в реабілітації хворих дітей, здебільшого дітей з ДЦП. Реабілітація хворого після проходження курсу лікування в лікарні є вкрай складною, особливо для дітей. Тому створення даного виду підприємства допоможе маленьким шоколадним творцям у їх успішній реабілітації та кінцевому одужанні. Саме для реалізації цієї мети щороку планується виділяти 20% від прибутку. Для 2016 року ця сума складе 20 420 грн.

Отже задля прискорення темпів виникнення і розвитку соціальних підприємств, враховуючи загострення соціальних проблем, є надзвичайно актуальним для України. Виходячи із зазначеного, для вітчизняних соціальних підприємств найбільш дієвою буде європейська модель їх розвитку за пріоритетної їх підтримки і створення у сфері послуг, у першу чергу — соціальних послуг. Активізація розвитку соціальних підприємств в Україні вимагає розробки відповідної державної стратегії, зокрема, розробку спеціальної законодавчої бази для їх функціонування, відповідної програми розвитку з визначеними пріоритетами їх державної фінансової підтримки, створення інструментів залучення бізнесу та громадських організацій і створення сприятливих умов у сфері оподаткування соціальних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Каталог соціальних підприємств України 2013 року / за ред. Назарук В. — К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013 — 79с.
2. Соціальне підприємництво — неоцінена необхідність [Електронний ресурс] // «Дзеркало тижня. Україна». — Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/>
3. Парламентські слухання. «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» (запис від 17.06.2009 р.) [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.in.gov.ua/files/content/84789023470892.pdf>
4. "Социальное предпринимательство — это бизнес" Бизнес №33, 15-21 августа 2011 http://smi.liga.net/articles/2011-08-19/1963629-sotsialnoe_predprinimatelstvo_eto_biznes.htm
5. Новый бизнес: социальное предпринимательство [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.nb-forum.ru>
6. Игорь Каминник: Социальное предпринимательство на Украине: каким оно должно быть? [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.cmdp-kvorum.org/>
7. Соціальне підприємництво — спроможність бути агентами змін в Україні [Електронний ресурс] // Український фонд підтримки підприємництва. — Режим доступу: <http://www.ufpp.gov.ua/>
8. Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы [Електронний ресурс] // Вестник пермского университета. — 2012. — Вып. 2(16) — С. 111—121. — Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/journal/n/vestnik-permskogo-universiteta-yuridicheskie-nauki>
9. Анна Сакоян. Социальное предпринимательство. [Електронний ресурс] — 2012. — Режим доступу: <http://polit.ru/article/2012/03/23/Kerlin/>

10. Социализация предпринимательства на примере Великобритании и США [Электронный ресурс] / НП «Московский центр развития предпринимательства»- 2009. — Режим доступа: <http://giac.ru/analytics/?id=108>

10. Смаглий К. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? [Електронний ресурс] — 2013. — Режим доступу: <http://biggggidea.com/practices/1163/>

11. Социальное предпринимательство в Украине: Европейское исследование. Обмен опытом [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://sesp.org.ua>

12. Материалы исследования, проведенного Региональным бюро ПРООН для Европы и СНГ совместно с EMES – Проектом Европейская исследовательская сеть: «Social Enterprise: A new model for poverty reduction and employment generation. An examination of the concept and practice in Europe and the Commonwealth of Independent States» [Текст]. – 2008. – С. 191.

13. Московская А. А. Социальное предпринимательство как гибрид бизнеса и некоммерческой деятельности и его социальный потенциал в России /А. А. Московская // В кн.: Модернизация экономики и глобализация. В 3-х книгах (отв.ред. Е.Г.Ясин). – М.: ИД ГУ-ВШЭ. – 2009. – С.364-371

14. Москалев И. Технологические основы социально-инновационного государственного управления [Электронный ресурс] / И. Москалев. – Режим доступа : <http://spkurdyumov.narod.ru/Moskalev23.htm>