

Т. В. Савченко,

д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу підприємництва і торгівлі,
Одеський національний технологічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7990-1570>

О. В. Ніколюк,

д. е. н., професор, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування,
Одеський національний технологічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1665-0361>

Н. Й. Басюркіна,

д. е. н., професор, завідувач кафедри торговельного
підприємництва, товарознавства та управління бізнесом,

Одеський національний технологічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9342-8863>

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.2.14

ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ У СОЦІАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

T. Savchenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor,

Professor of Department of Marketing, Business and Trade, Odesa National University of Technology

O. Nikoliuk,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Public Administration,

Odesa National University of Technology

N. Basuyrkina,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Trade Entrepreneurship,

Commodity Science and Business Management, Odesa national University of Technology

INNOVATIVE BUSINESS MODELS IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

У статті розкрито причини актуалізації ідей соціального підприємництва, такі як: збільшення кількості осіб, що відносяться до соціально вразливих верств населення; зростання уваги до екологізації процесу виробництва, продукції та послуг; спрямування частини прибутків для реалізації соціальних проєктів. Окреслено проблеми впровадження соціального підприємництва. Встановлено взаємозв'язок між реалізацією концепції соціально — етичного маркетингу та принципами соціального підприємництва. З'ясована роль соціального підприємництва для збалансованому розвитку регіонів. Охарактеризовано ключові критерії соціального підприємництва. Запропоновано етапи формування бізнес — моделі соціального підприємництва. Алгоритм має наступну послідовність: формулювання соціальної мети компанії, визначення юридичною форми організацій, надання класифікації моделей соціального бізнесу, встановлення типу та виду соціального підприємства.

The article reveals the reasons for the actualization of social entrepreneurship ideas, such as the increase in the number of people belonging to socially vulnerable groups of the population; increasing attention to the greening of the production process, products and services; directing part of the profits to the implementation of social projects. The problems of implementing social

entrepreneurship are identified: difficulties with financing, imperfect legal legislation, low level of awareness, personnel issues, the impact of external crises, psychological and cultural barriers, infrastructure challenges, the complexity of combining the social mission and business goals. Examples of successful social entrepreneurship in Ukraine are given. The relationship between the implementation of the concept of social and ethical marketing and the principles of social entrepreneurship is established through the following forms: support for a domestic (or local) manufacturer; deduction of part of the profits for the social needs of society; production of environmentally friendly products; directing efforts to improve the environmental friendliness of the production process; refusal to test products on animals. The role of social entrepreneurship for the balanced development of regions is clarified, which is aimed at: solving social problems; ensuring sustainable development; social integration; supporting local communities; forming a new business ethic. The key criteria of social entrepreneurship are characterized, such as: a clear social goal, a sustainable business model, a systematic approach to problems, a specific measurable effect. The stages of forming a business model of social entrepreneurship are proposed. The algorithm has the following sequence: formulating the social goal of the company. It is determined that the legal form of organizations involved in solving a social problem can be both traditional enterprises and public organizations. A classification of social business models is provided according to the following types: social services and goods; creating jobs for people from vulnerable groups; generating profit; mixed type. Social entrepreneurship is detailed into the following types: environmental, educational, integration, cultural, medical.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, проблеми соціального підприємництва, соціальна мета, бізнес-модель, соціальна спрямованість, соціальна відповідальність.

Key words: social entrepreneurship, social enterprise, problems of social entrepreneurship, social goal, business model, social orientation, social responsibility.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Надання традиційному бізнесу соціального спрямування, це ідея, яка активно підтримується та розвивається як в європейському, так і в українському суспільстві вже десятиліттями. Особливої актуальності розвиток соціального підприємства для України набув саме зараз внаслідок збільшення як кола соціальних проблем, так і верст незахищеного населення як результат воєнної агресії на нашій території. Пошук оптимальних форм бізнесу для впровадження принципів соціального підприємництва, їх класифікації, визначення юридичного статусу таких підприємств, а головне пошук способів поєднання соціальних ідей для бізнесу з традиційними, все це підкреслює актуальність дослідження розвитку соціального підприємництва.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Сутність, види та особливості функціонування соціальних підприємств висвітлювали у своїх працях такі науковці як: Б. Андрощук, І. Біла, О. Білик, Н. Богацька, О. Дороніна, Г. Завадських, В. Ільченко, Т. Корецька, А. Корнецький, В. Лагодієнко, Т. Лункіна, В. Тебенко, О. Терегубов, О. Шевченко, Н. Якимова та ін.

Але не дивлячись на ґрунтовність проведених досліджень, потребують деталізації види соціальних підприємств та форми бізнес — моделей для впровадження ідей та принципів соціального підприємництва.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є характеристика видів сучасного соціального підприємництва та визначення етапів формування бізнес-моделі соціального підприємництва.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Соціальне підприємництво — це особливий вид підприємницької діяльності, який спрямований на вирішення соціальних проблем та задоволення потреб суспільства. Воно поєднує прагнення до реалізації соціальної місії з можливістю отримання прибутку, наданням послуг чи продажем товарів.

У минулому вважалося, що поєднати ідейну соціальну мету з прагматичним бізнесом неможливо. Однак концепція соціального підприємництва довела протилежне. Сьогодні це інноваційний підхід, який об'єднує дві, здавалося б, протилежні сфери.

Основна відмінність соціального підприємництва від традиційного бізнесу полягає у його меті. У класичному підприємстві головна мета — це збагачення, у той

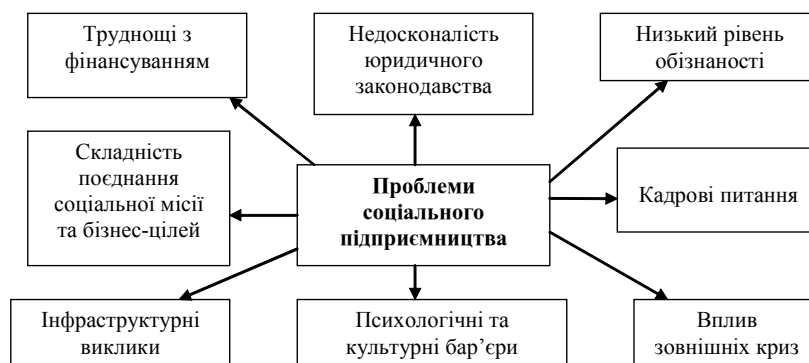


Рис. 1. Проблеми впровадження соціального підприємництва

Джерело: складено авторами на підставі [1, 2, 3].

час як соціальне підприємництво орієнтоване на розв'язання конкретних соціальних чи екологічних завдань.

Якщо традиційний бізнес інколи виділяє частину прибутків на соціальні потреби, наприклад, через корпоративну соціальну відповідальність, це не робить його соціальним. Для соціального підприємства допомога суспільству є основою його діяльності, а не побічним напрямком.

В Україні соціальне підприємництво ще не має офіційного юридичного статусу, що створює певні труднощі для його розвитку. Незважаючи на це, багато таких підприємств успішно функціонують, доводячи свою життєздатність та необхідність. У світовій практиці цей підхід вже здобув визнання як ефективний спосіб досягнення соціальних змін.

Внаслідок воєнних дій на території України суттєво збільшилась кількість соціально вразливих людей. В Україні, за офіційними даними, близько 5 мільйонів людей мають статус внутрішньо переміщених осіб, і половина з них отримує державну допомогу. Водночас через активні бойові дії та ракетні обстріли кількість людей з інвалідністю стрімко зростає, перевищивши 3 мільйони станом на кінець 2023 року. Ці виклики стали каталізатором для розвитку соціального підприємництва — унікальної бізнес-моделі, спрямованої на вирішення соціальних проблем [1].

Соціальне підприємництво фокусується не на максимізації прибутку, а на досягненні соціального впливу. Воно створює робочі місця для вразливих груп населення, сприяє інклюзії та підтримує сталий розвиток суспільства.

Сьогодні в Україні функціонує близько тисячі соціальних підприємств. Частину або весь свій прибуток вони направляють на підтримку благодійних ініціатив, громадських організацій або надання необхідних послуг для малозахисених верств населення. Це свідчить про значний потенціал соціального підприємництва у вирішенні гострих суспільних викликів та підтримці тих, хто цього потребує найбільше.

За даними ООН, у періоди глобальних криз соціальна економіка, яка становить близько 7% світового ВВП, демонструє високу стійкість та ефективність порівняно з традиційними секторами. Вона забезпечує зайнятість вразливих груп населення, стимулює економічне зростання та сприяє соціальній інтеграції. Саме тому соціальне підприємництво має значний потенціал для відновлення економіки України в сучасних умовах.

Під час Київського інвестиційного форуму в Брюсселі 2022 року обговорювали важливість соціальної економіки як рушійної сили для відновлення України. Значну роль у цьому процесі відіграє Catalyst 2030 — міжнародна мережа, яка підтримує соціальних підприємців, зокрема й українських. Організація допомагає з отриманням грантів, знайомить підприємців із меценатами та експертами з фандрайзингу, сприяючи розвитку інноваційних соціальних проєктів.

Україна, як країна, що ратифікувала Європейську соціальну хартію, зобов'язана створювати умови для працевлаштування осіб з інвалідністю. Під час війни бажання працювати серед цієї категорії населення значно перевищує готовність роботодавців надати їм можливості для працевлаштування. Однак нинішня ситуація свідчить про недостатність інструментів для забезпечення таких працівників робочими місцями та гідними умовами праці.

Розвиток інклюзивного ринку праці має стати одним із ключових пріоритетів поряд із досягненням перемоги. Це дозволить не лише підвищити рівень соціального захисту, а й сприятиме інтеграції ветеранів у суспільство, відновленню економіки та формуванню справедливого соціального середовища.

Не дивлячись на актуальність ідеї соціального підприємництва його впровадження характеризується низкою проблем (рис. 1).

Впровадження соціального підприємництва супроводжується певними фінансовими труднощами серед них такі як: ускладнення пошуку потенційних інвесторів, так як такі види бізнесу часто потребують високих капіталовкладень, але мають низьку рентабельність; недостатня обізнаність в альтернативних джерелах фінансування таких як гранти та субсидії.

Соціальне підприємство не має ґрунтового юридичного супроводу, що призводить до труднощів при реєстрації та ліцензуванні таких підприємств, а також відсутні нормативно-правових актів, які б стимулювали розвиток соціального підприємництва на національному рівні.

Низький рівень обізнаності з концепцією соціального підприємництва знижує довіру до таких проєктів, що також обумовлено нестачею освітніх програм, тренінгів та інших ініціатив, які могли б популяризувати соціальне підприємництво.

Пошук балансу між фінансовою стабільністю підприємства та досягненням соціального ефекту, ри-



Рис. 2. Етапи формування бізнес-моделі соціального підприємництва

Джерело: складено авторами на підставі [1, 2, 3].

зик втрати соціального фокусу через потребу забезпечити рентабельність бізнесу призводить до складності поєднання соціальної місії та бізнес-цілей.

Акцентування на кадрових питаннях у соціальному підприємстві спричинені труднощами в утриманні кадрів через обмежені фінансові ресурси для забезпечення конкурентної зарплати та браком спеціалістів, які мають досвід одночасно в бізнесі та соціальній сфері.

Інфраструктурні виклики пов'язані з обмеженням доступом до сучасних технологій, які могли б покращити ефективність роботи соціальних підприємств, відсутністю спеціалізованих інкубаторів та акселераторів для розвитку соціальних ініціатив.

Неприйняття ідеї, що бізнес може бути соціально орієнтованим, а соціальна діяльність не може бути прибутковою, високі очікування від соціальних підприємств, які можуть не відповідати їх реальним можливостям призводять до формування психологічних та культурних бар'єрів.

На стримання розвитку соціального бізнесу впливають негативні наслідки зовнішніх криз: економічні, політичні та соціальні зміни, нестабільність валютного ринку, яка впливає на імпорт матеріалів або обладнання, погіршення купівельної спроможності населення.

Не дивлячись на проблеми, які виникають при створенні соціального бізнесу, на сьогодні ми маємо приклади успішного впровадження моделей соціального підприємництва.

На актуалізацію ідеї соціальної спрямованості бізнесу вкладається багато зусиль. Однією із таких форм впровадження такої ідеї є використання концепції соціально-етичного маркетингу, яка може бути реалізо-

вана різними способами:

- підтримка вітчизняного (або місцевого виробника);
- відрахування частини прибутків на соціальні потреби суспільства;
- виготовлення екологічно чистої продукції;
- спрямування зусиль на підвищення екологічності процесу виробництва;
- відмова від тестування продукції на тваринах і т.д.

Використання таких соціально-етичних норм для бізнесу працює на підвищення привабливості торгової марки підприємства.

Сучасний бізнес все частіше інтегрує соціальну складову у свою діяльність, що стає важливим критерієм для покупців. За даними опитування Gradus Research, 44% споживачів обирають товари чи послуги, враховуючи підтримку компаніями ЗСУ, а для 21% важливими є волонтерські ініціативи підприємств [3].

Навіть бізнеси, які спочатку не мали соціальної спрямованості, адаптуються до умов війни, активно допомагаючи суспільству та державі. Інше дослідження Gradus Research свідчить, що 84% компаній залучені до розв'язання соціальних проблем. Серед найбільш популярних напрямків підтримки — надання товарів чи послуг на благодійній основі (43%) та фінансова допомога соціальним проектам (36%) [3].

Таким чином, соціальна відповідальність стає не лише трендом, а й необхідністю, яка зміцнює зв'язок бізнесу із суспільством і сприяє довірі до брендів.

Окрім проблем загальних проблем соціального характеру для подолання яких і спрямоване соціальне підприємництво, поштовхом для розвитку соціального

підприємництва виступає нерівномірність соціально-економічного розвитку регіонів.

Різноманіття історичних, географічних та ресурсних чинників спричинило суттєві відмінності у розвитку регіонів України. Від рівня розвитку підприємницького сектору залежить здатність регіонів до самофінансування через податкові надходження, що, своєю чергою, визначає їх інвестиційну привабливість та готовність до стратегічного планування [4, с. 18].

Ці фактори призводять до нерівномірності регіонального розвитку, яка відображається у різниці валового регіонального продукту. Така ситуація впливає на активність процесів глобалізації, транскордонного співробітництва та економічну динаміку. Враховуючи ці обставини, виникає потреба у реформуванні та оптимізації господарських комплексів кожного регіону, з акцентом на соціально-економічні пріоритети.

Реалізація цього підходу сприятиме збалансованому розвитку регіонів, підвищенню їх конкурентоспроможності та інтеграції у глобальні економічні процеси.

Таким чином, соціальне підприємництво спрямоване на:

- розв'язання соціальних проблем (боротьба з бідністю, безробіттям, дискримінацією);
- забезпечення сталого розвитку (підтримка ініціатив, які сприяють досягненню цілей сталого розвитку);
- соціальну інтеграцію (створення можливостей для соціальної реабілітації та інтеграції вразливих верств населення);
- підтримку місцевих громад (стимулювання економіки регіонів через створення робочих місць та реалізацію локальних ініціатив);
- формування нової етики бізнесу (поширення ідеї, що бізнес може бути етичним, відповідальним і водночас успішним).

На рис. 2 подано алгоритм вибору типу соціального підприємства.

Процес розпочинається з уточнення проблеми на подолання якої буде спрямоване соціальне підприємство.

Наступним кроком є формулювання соціальної мети компанії. Соціально відповідальний бізнес завжди формує свою суспільну значущість у контексті власного продукту, виробничих процесів або клієнтської бази. Це дозволяє підвищити лояльність споживачів і сприяти зростанню продажів. Соціальна орієнтованість часто стає важливим елементом стратегічного піару та маркетингу брендів, іноді використовується як спосіб оптимізації виробничих витрат. Однак, у деяких випадках соціальна відповідальність є глибоким переконанням власників і фундаментальною цінністю компанії [2].

Кожне соціальне підприємство повинно відповідати ряду ключових критеріїв [2]:

— Чітка соціальна мета. Ця мета визначає діяльність підприємства і зазвичай відображається у статуті, на вебсайті, етикетках продукції, у місії чи спеціально сформульованій соціальній цілі. Вона має бути помітною у всій комунікації бренду.

— Системний підхід до проблем. Діяльність підприємства повинна бути зосереджена на вирішенні конкретної соціальної або екологічної проблеми, залишаючись

стабільною у виборі напрямку допомоги та підтримки цільових груп протягом усього періоду існування.

— Вимірюваний вплив. Результати діяльності підприємства повинні мати конкретний вимірюваний ефект, наприклад, покращення рівня життя цільової аудиторії або позитивні зміни в екологічному середовищі.

Ці аспекти визначають основи успішного функціонування соціального підприємства та його здатність приносити реальні зміни.

Що стосується юридичної форми організацій залучених до вирішення соціальної проблеми, то це не обов'язкове повинно бути "соціальне" підприємство, тим більше що юридичний статус таких підприємств чітко не виражений, соціальні функції можуть виконувати як традиційні підприємства, так і громадські організації [5].

Моделі соціального підприємництва спрямовані або на виготовлення соціально-орієнтованих товарів та послуг, або на працевлаштування соціально незахищених, вразливих груп населення, або на передачу частини прибутку на соціальні цілі [6—8].

Відповідно моделей соціального бізнесу можна класифікувати соціальні підприємства за типами:

- соціальні сервіси та товари;
- створення робочих місць для людей вразливих груп;
- генерування прибутку;
- змішаний тип.

Для більшої деталізації можна також визначити наступні види соціального підприємництва:

- екологічне (підприємства, які вирішують екологічні проблеми);
- освітнє (ініціативи, спрямовані на забезпечення доступу до якісної освіти);
- інтеграційне (допомога у працевлаштуванні вразливих груп населення (людей з інвалідністю, ветеранів, біженців));
- культурне (розвиток місцевої культури, мистецтва чи збереження історичної спадщини);
- медичне (надання доступу до базових медичних послуг у віддалених регіонах або розробка інноваційних рішень у сфері здоров'я).

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Соціальне підприємництво охоплює різні види, зокрема: підприємства з соціальною місією, екологічні ініціативи, кооперативи та інтеграційні майстерні. Його створення включає кілька ключових етапів: визначення соціальної проблеми та мети, розробку стійкої бізнес-моделі, пошук фінансування, юридичну реєстрацію, запуск діяльності та оцінку впливу. Успішне соціальне підприємство поєднує ефективність бізнесу з вирішенням важливих суспільних викликів, сприяючи сталому розвитку та покращенню якості життя.

Література:

1. Журахівська О. Як соціальний бізнес може трансформувати Україну після війни. URL: <https://cs.detector.media/blogs/texts/185889/2024-02-15-yak-sotsialnyy-biznes-mozhe-transformuvaty-ukrainu-pislyaviyu> (дата звернення 30.10.2024).

2. Бочарнікова А. Соціальне підприємство відрізняється від звичайного відповіддю на запитання, що робити з прибутками. URL: <https://apostrophe.ua/ua/article/business/2021-06-15/sotsialnoe-predpriyatie-otlachaetsya-ot-obychnogo-otvetom-na-vopros-cto-delat-s-dohodami/40200> (дата звернення 30.10.2024).

3. Як розвивати соціальне підприємництво: особливості бізнесу та українські кейси. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-rozvivati-soczialne-pidpriyemnicztvo-osoblivosti-biznesu-ta-ukrayinski-kejsi> (дата звернення 30.10.2024).

4. Ніколюк О. В., Савченко Т. В. Соціально-економічний стан регіонів та розвиток регіональних ринків продукції птахівництва: оцінка залежності. Food Industry Economics, 2023. № 15 (4). С. 17—22. DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v15i4.2795>.

5. Пушак Я. Я., Лагодієнко В. В. Соціальна відповідальність підприємств харчової промисловості як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2018. № 3. С. 27—36.

6. Волощук Ю. О., Волощук В. Р. Формування інноваційної бізнес-моделі підприємств. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 46. С. 23—30. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct46-4>.

7. Кравченко М. О., Прудкий В. В. Бізнес-модель як основа впровадження інновацій на підприємстві. Економіка та держава. 2019. № 12. С. 138—142, DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.138>.

8. Касич А. О. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 37. С. 86-92, URL: <https://er.knuid.edu.ua/bitstream/123456789/13356/3/18.pdf>.

References:

1. Zhurakhivska, O. (2024), "How social business can transform Ukraine after the war", available at: <https://cs.detector.media/blogs/texts/185889/2024-02-15-yak-sotsialnyy-biznes-mozhe-transformuvaty-ukrainu-pislya-viyny>, (Accessed 30 October 2024).

2. Bocharnikova, A. (2021), "A social enterprise differs from an ordinary one by answering the question of what to do with profits", available at: <https://apostrophe.ua/ua/article/business/2021-06-15/sotsialnoe-predpriyatie-otlachaetsya-ot-obychnogo-otvetom-na-vopros-cto-delat-s-dohodami/40200>, (Accessed 30 October 2024).

3. Kyivstar Business Hub (2024), "How to develop social entrepreneurship: features of the business and Ukrainian cases", available at: <https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-rozvivati-soczialne-pidpriyemnicztvo-osoblivosti-biznesu-ta-ukrayinski-kejsi> (Accessed 30 October 2024).

4. Nikolyuk, O.V. and Savchenko, T.V. (2023), "Socio-economic condition of regions and development of regional poultry markets: assessment of dependence", Food Industry Economics, vol. 15, no. 4, pp. 17—22, DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v15i4.2795>.

5. Pushak, Ya.Ya. and Lahodienko, V.V. (2018), "Social responsibility of food industry enterprises as the

basis of innovative development of the modern economy", Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky, vol. 3, pp. 27—36.

6. Voloshchuk, Yu.O. and Voloshchuk, V.R. (2020), "Formation of an innovative business model of enterprises", Infrastruktura rynku, vol. 6, pp. 23—30, DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct46-4>.

7. Kravchenko, M.O. and Prudkyi, V.V. (2019), "Business model as the basis for implementing innovations at the enterprise", Ekonomika ta derzhava, vol. 12, pp. 138—142, DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.-2019.12.138>.

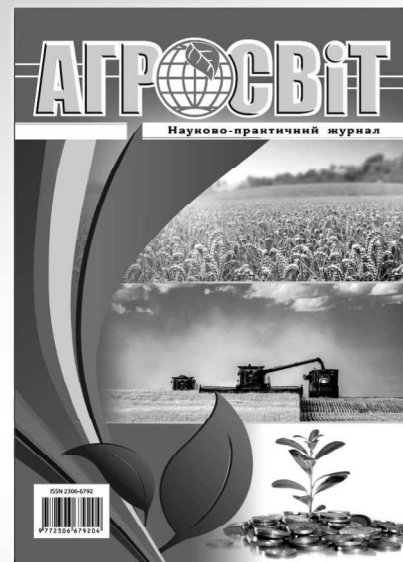
8. Kasych, A.O. (2019), "Business models of modern enterprises: concepts, types, foreign experience", Prychornomorski Ekonomichni Studii, vol. 37, pp. 86—92, available at: <https://er.knuid.edu.ua/bitstream/123456789/13356/3/18.pdf> (Accessed 30 October 2024).

Стаття надійшла до редакції 10.01.2025 р.

АГРОСВІТ

<https://nauka.com.ua>

Передплатний індекс: 23847



Виходить 24 рази на рік

**Журнал включено до переліку
наукових фахових видань України
з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)**

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292