

Методична розробка уроку

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО.



Попіль Наталія Олексіївна,

викладач економічних дисциплін Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: popilnatali@ukr.net

Тема уроку «СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Дисципліна: спеціальний курс «Основи підприємництва» Мета уроку:

навчальна: отримати знання про такий вид підприємництва як «соціальне підприємництво», дізнатись про його відмінності від звичайного бізнесу та особливості його започаткування; навчитись використовувати отримані знання для розширення своїх можливостей у світі підприємництва та реалізації своєї підприємницької ідеї.

розвивальна: розвивати в учнів пізнавальний інтерес до даної теми, логічне мислення, увагу, пам'ять, вміння самостійно отримувати знання для саморозвитку та вдосконалення себе як особистості та потенційного підприємця.

Мета виховна: виховувати відповідальність, цілеспрямованість, креативність, наполегливість у досягненні цілей.

Тип уроку: комбінований.

ХІД УРОКУ

I. Організаційна частина:

- привітання, перевірка наявності учнів;
- контроль готовності учнів до уроку.

II. Цільова установка уроку (мотивація).

Ви вже знаєте суть підприємницької діяльності. Але на цьому можливості підприємництва не закінчуються. Існує ще один, не менш цікавий спосіб стати підприємцем – це соціальне підприємництво, яке в Україні стає трендом. Для того, щоб зробити правильний вибір без зайвих витрат часу і грошей на користь улюбленої і прибуткової справи, яка буде приносити в майбутньому не тільки прибуток, а й задоволення, просто необхідно мати знання про всі можливі варіанти заснування власної справи. Також впровадження у власний бізнес навіть лише елементів соціального підприємництва приносить власнику відмінний результат без переплат!

III. Формування нових знань. Лекція (Додаток 1)

1. Бізнес, який змінює світ.
2. Можливості для розвитку СП в Україні.
3. Чому бізнесу вигідні соціальні інвестиції?
4. Практична сторона соціального підприємництва в Україні.
5. Як зробити соціальний бізнес в Україні привабливим.
6. Тренінг: «Як працює соціальне підприємництво».

IV. Закріплення нового матеріалу:

ТРЕНІНГ: «ЯК ПРАЦЮЄ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Мета: Навчитись формулювати основні визначення, що стосуються тематики соціального підприємництва; орієнтуватись у специфіці та функціональності соціального підприємництва та його впливу на державу, суспільство і громаду; орієнтуватись у соціальних потребах і визначати серед них ті, які під силу буде вирішити за допомогою соціального підприємництва.

Навчальні матеріали: аркуші паперу (фліпчарт), маркери, мультимедійна презентація.

Методи: вправи, робота в групі, розмова, обговорення, аналіз.

План тренінгу:

1. Міні-лекція – 10 хв.
 2. Вправа №1 «Пошук та визначення соціальної проблеми» - 15 хв.
 3. Вправа №2 «Наряди ялинку» - 15 хв.
 4. Заключна рефлексія. Підсумки тренінгу- 5 хв.
- Разом – 45 хв

1. Міні-лекція

Як вижити соціальному підприємству, коли навіть комерційному бізнесу важко втриматись на плаву, – питання, яке цікавить багатьох, хто вперше чує про соціальний бізнес. Економічних моделей, за якими можна побудувати свій соціальний бізнес – чимало. Їх варто обирати залежно від мети:

Витратити частину прибутку на щось корисне.

Підприємство продає товари чи послуги, а певний відсоток прибутку віддає на благодійність чи корисну для суспільства ініціативу.

Наприклад, туристичне бюро VseSvoe організує екскурсії Україною. А 10% прибутку спрямовує на догляд за історичними пам'ятками.

Дати роботу тим, хто цього потребує.

Також є підприємства, в яких більшість працівників — люди з певними обмеженнями чи особливостями. Отриманий прибуток вкладається в розвиток бізнесу — адже розширення підприємства дозволяє працевлаштувати більше людей.

В компанії Inclusive IT працюють люди з інвалідністю. Вони радять компаніям, як зробити їхні сайти доступними для людей з інвалідністю, зокрема для незрячих, слабозорих, нечуючих, з проблемною концентрацією та тих, які не можуть користуватися мишкою.

З чого почати?

1. Визначтеся з проблемою

Всі соціальні ініціативи починаються з того, що їхні засновники прагнуть змін. Вони допомагають людям та створюють речі, в яких відчувається потреба. За кожним соціальним підприємством стоїть цікава особиста історія, з якою воно почалось. Тож подумайте, яка соціальна проблема торкає особисто вас, ваших близьких, ваше село/місто або навіть країну? Як ви бачите вирішення цієї проблеми?

2. Продумайте свої сильні сторони

Не будьте сором'язливими: подумайте, що у вас виходить найкраще. Ваш досвід та таланти допоможуть визначитись з ідеєю для бізнесу: тому подумайте, що в вас виходить найкраще? Також варто подумати, чи володієте ви ресурсами, які можна потенційно використати для старту бізнесу?

3. Знайдіть підтримку

Допомога зі сторони ніколи не завадить. Зверніться до тих, хто постійно стикається з проблемою, яку ви хочете подолати.

Чудово зростати в середовищі однодумців, де ви зможете отримати знання та підтримку менторів. Наприклад, таким середовищем є Українська соціальна академія, яка пропонує серію навчальних програм з соціального підприємництва та підтримку менторів. Автори найкращих ідей отримують гранти на розвиток проєкту.

4. Дослідіть ринок

Чи намагався вирішити цю проблему хтось до вас? Найчастіше винаходити велосипед немає сенсу. Якщо хтось вже робить те, що запланували ви — надихайтесь його успіхом і вчіться на помилках! Також варто пам'ятати, що рішення, які були неефективні в минулому, можуть спрацювати зараз.

Часто той, хто стикається з обраною вами проблемою, може запропонувати найефективніше рішення. Використайте його для побудови робочої моделі — і не забудьте протестувати, як вона працює.

5. Сформуйте робочу бізнес-модель

Зазвичай, в будь-якій спільноті вистачає мотивації для змін. Але коли ідеї занадто глобальні, найкращих намірів недостатньо.

Хай ваш план буде настільки легким в реалізації, наскільки це взагалі можливо. Адже якщо ваша ідея не спрацює на найпростішому рівні, немає сенсу її масштабувати.

6. Сплануйте необхідний дохід

Визначтеся, скільки коштів має приносити ваше підприємство для того, щоб реалізувати вашу мету та покрити видатки, забезпечити зарплату вам та вашим працівникам і мати перспективу росту та розширення в майбутньому? Відповіді на ці питання допоможуть вам визначитись з бізнес-моделлю.

7. Знайдіть інвестиції

Пошук фінансування — справжній виклик для бізнесменів, і соціальні підприємці — не виключення. В нашій країні інвестори зазвичай небагато чули про соціальне підприємство — отже варто підготувати відповіді на всі можливі питання щодо вашої бізнес-моделі та бізнес-плану. З іншого боку, для соціальних стартапів доступні гранти для соціального бізнесу, краудфандингові платформи, кредити з низькою ставкою. Тож усе в ваших руках!

2. ВПРАВА №1 «Пошук та визначення соціальної проблеми»

Усі бізнес-ідеї соціального підприємництва приходять від бажання щось змінити. Хтось побачив, що в його маленькому місті не вистачало альтернативної культури, і виникла ідея відкрити клуб, який буде просувати музику та мистецтво. У клубі виступали молоді музиканти та виставляли свої роботи художники. Він працював 5 років, і за цей час культурна ситуація у місті значно змінилася.

У когось народилась ідея органічного виробництва "Із саду" - вирощування органічних фруктів та овочів і навчання цьому інших людей.

Тож подумайте, що турбує особисто вас? Екологія, проблеми людей з особливими потребами чи малозабезпечені родини? Є багато гарних ідей для соціального підприємництва.

Можна відкрити заклад та найняти на роботу молодь з неблагополучних сімей. Можна зайнятися переробкою сміття, виготовляти з використаних речей щось нове. Можна вирощувати органічні продукти. У Бельгії, наприклад, зараз працюють над створенням екологічних матеріалів, з яких можна будувати будинки.

Педагог-тренер дає завдання учням:

Добре поміркувавши, зазначте:

- 1) дві соціальні проблеми міста, області або країни, які будуть пов'язані між собою та які дійсно варті уваги і потребують вирішення;
- 2) що ви можете запропонувати для вирішення цих проблем, враховуючи свої можливості;
- 3) яким чином ви пропонуєте забезпечити рішення цих проблем.

Наприклад:

1. Сортування сміття і облаштування дворів;
2. виготовлення спеціальних баків для сміття, турнікетів, гоїдалок, парканів, огорож.
3. Співпраця з ОСББ, міською радою, з підприємствами-переробниками сміття, з найближчими підприємствами, установами, закладами.

Для зручності, цікавості і економії часу, учні можуть об'єднатись у групи по інтересах, але під контролем педагога-тренера, щоб сили команд були рівними

3. ВПРАВА №2 «Наряди ялинку»

Педагог-тренер дає завдання учням:

1. Створіть уявне соціальне підприємство (на основі вправи №1):

- придумайте відповідну назву, розшифруйте її;
- зазначте місію вашого підприємства.

Наприклад:

- «ФЕНІКС» - несе позитивні зміни, це символ оновлення, покращення;
- місія: зробити наше місто кращим і екологічно чистим!

2. Відповідно до цієї схеми-малюнка складіть план діяльності вашого соціального проєкта.



3. Для того, щоб «**нарядити свою ялинку**», спробуйте дати відповіді на такі питання:

- Визначте вашу соціальну мету.
- Який продукт чи сервіс ви будете виробляти?
- Яку цінність ваш продукт буде приносити?
- Хто ваші покупці (споживачі)?
- Як ви плануєте поєднувати бізнесову та соціальну мету?
- Як ви будете визначати, чи успішна ваша діяльність?
- Як ви будете просувати ваш продукт?
- Які для цього потрібні ресурси та навички?
- Чи потрібно вам наймати працівників та яких?
- Якими будуть ваші витрати та доходи і яких розмірів інвестицій ви потребуєте?

4. Підготуйте 3-ох хвилинну презентацію свого підприємства таку, щоб за цей короткий проміжок часу ви встигли зацікавити нас своєю ідеєю, її методом реалізації і викликати у нас бажання інвестувати ваш соціальний проєкт.

Уважно прослухавши всі презентації, розпочинається голосування за найкраще, на вашу думку, соціальне підприємство у вигляді «**інвестування**».

Умови «інвестування»:

1. Педагог-тренер називає по черзі назви придуманих вами підприємств.

2. Учні (учасники тренінгу) мають оцінити дану ідею і «профінансувати» (проголосувати), купюрою номіналом від 1 до 20 грн.

Купюри можна писати по ходу презентацій, маючи при цьому відповідно підготовленні папірці!

3. Переможцем стає те підприємство, яке збрало найбільше фінансової підтримки, тобто умовних грошей.

4. ЗАКЛЮЧНА РЕФЛЕКСІЯ.

Підсумки тренінгу

Педагог-тренер пропонує учням коротко завершити речення:

- Найголовніше завдання, що було поставлене сьогодні, – це ...
- Найважчим на сьогоднішньому тренінгу було ...
- Найцікавішим для мене під час тренінгу виявилось...
- Сьогодні я зрозумів, що ...
- Мені подобається (не подобається) ідея «Соціального підприємництва» тому,

що...

Здійснюється загальна оцінка результативності тренінгу та висловлюються взаємні побажання тренера й учасників для подальшої роботи.

V. Перевірка засвоєння нових знань:

- Які відмінності соціального підприємництва (СП) від звичайного бізнесу?
- Які основні можливості дають СП розвиватись в Україні?
- Що спільного між СП і звичайним бізнесом?
- Як соціальні інвестиції впливають на імідж підприємства?
- Чи надають соціальні інвестиції конкурентні переваги підприємству?

- Який зв'язок між кадрами підприємства і соціальними інвестиціями?

VI. Рефлексія (підведення підсумків уроку).

Коментування активності учнів на уроці (з обґрунтуванням).

VII. Видача домашнього завдання:

Опрацювати теоретичний та закріпити практичний матеріал щодо соціального підприємництва.

VIII. Список рекомендованої літератури

✚ Черчик Л. М. Сутність соціального підприємництва та його роль у забезпеченні соціальної безпеки /Л.М. Черчик, Н.В. Коленда //Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. — № 875. — С. 101–107.

Корисна інформація

- Дзюба С. Як правильно обрати організаційно-правову форму ведення бізнесу?
- Допомога вимушеним переселенцям і громадам, які зазнали наслідків конфлікту.
- Мурашко Д. Великому бізнесу варто підтримувати соціальне підприємництво.
- Смаглій К. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво?
- Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін

Відеоматеріали:

<https://www.youtube.com/watch?v=KoPhFnbM6hc> - Що таке соціальне підприємництво і які його особливості.

https://www.youtube.com/watch?v=T_C2DY9-aR0 - Які є типи соціальних підприємств

<https://cutt.ly/fnpGeGs> – висновок

[Соціальне підприємництво в картинках і простих прикладах - YouTube](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=k8Qh1QLJt9s>

<https://cutt.ly/bnpGo8x> - Як зробити соціальний бізнес в Україні привабливим

ДОДАТКИ



ДОДАТОК 1

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ ТЕМИ

1. Бізнес, який змінює світ.

Нам більше не цікаво працювати тільки тому, що нам за це платять. Приходячи на роботу щоранку, ми прагнемо усвідомлювати, що те, що ми робимо, має сенс — як для нас, так і для інших людей. Як знайти справу, яка надихатиме нас і робитиме світ навколо хоч трохи кращим?

Непоганим рішенням здається **соціальне підприємництво**. На відміну від звичайного бізнесу, таке підприємство працює не тільки заради прибутку, а і для вирішення певної суспільної проблеми. В той час, як традиційний бізнесмен прагне створити такий продукт, за який заплатить споживач, соціального підприємця в першу чергу цікавить, чи буде його діяльність корисною для суспільства.

Наприклад, ми можемо протистояти домашньому насиллю над жінками, допомагати колишнім АТОшникам реалізуватись чи пояснювати людям, чому нам варто відмовитись від пластикових пакетів. Але робити це не на волонтерських засадах або за гранти, а за дохід, отриманий від власного соціального підприємства.

Отже, соціальне підприємництво – це відгук на хронічні проблеми суспільства – бідність, безробіття чи розосередженість громади. Цей тип підприємницької діяльності задовольняє ті потреби, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує.

Соціальне підприємництво в Україні стає трендом. Привертає увагу ініціативних груп та активних людей. Використання підприємницьких підходів до вирішення соціальних проблем підносить соціальне підприємництво на новий рівень розвитку.

2. Можливості для розвитку соціального підприємництва (СП) в Україні

Всеукраїнський ресурсний центр розвитку соціального підприємництва "Соціальні ініціативи" відокремив 4 великі можливості для розвитку СП в Україні, які спонукатимуть до створення все більшої кількості соціальних підприємств.

Можливість №1: Відсутність закону, який би регулював соціальне підприємництво.

Хоч що б там говорили скептики, але це справді велика можливість вибрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму (ОПФ), як з точки зору бізнес-моделі, так і з точки зору особливостей оподаткування. А це означає, що зародок соціального підприємства може еволюціонувати від комерційного проекту громадської організації до публічного акціонерного товариства. Варто наголосити, що не важливо, чи існує така форма, як соціальне підприємство, а важливо, з якою метою створюється бізнес. Тут інший підхід до бізнесу: не заради пільг ми створюємо підприємство, а для покращення якості життя вразливих груп населення чи громади загалом.

Можливість №2: Наявність ресурсів, які не задіяні традиційним бізнесом.

Найбільший, звичайно, **людський ресурс**, до якого можна віднести такі категорії:

- *люди з обмеженими можливостями;*
- *біженці (внутрішньо переміщені особи);*
- *національні меншини;*
- *люди похилого віку;*

- *молодь;*
- *люди із залежностями;*
- *ВІЛ-позитивні люди;*
- *багатодітні мами;*
- *люди, що вийшли з місць позбавлення волі.*

Часто такі люди мають прекрасні вміння і навички, однак їх «особливості» відлякують традиційних підприємців брати їх на роботу через силу-силенну міфів і стереотипів.

Споруди у власності громади.

В Україні багато будівель, які фактично не використовуються, бо в жахливому стані, і які знаходяться у власності громади. На превеликий жаль, прислів'я «і сам не гам, і іншому не дам» актуальне для місцевих влад, тому часто такі споруди перетворюються на руїни.

За кордоном існує багато прикладів, коли закинуті цехи непрацюючих підприємств трансформуються в офісні центри із працевлаштуванням представників вразливих груп населення, і з прибутками, що спрямовуються на вирішення місцевих проблем.

Можливість №3: Лояльність споживачів до продукції соціального підприємства зростає.

Споживацька культура українців змінюється у кращий бік. Якщо 10 років тому увагу звертали здебільшого на ціну, то зараз переглядається і країна-виробник, і термін придатності, й інгредієнти, а також наявність соціальної складової. Відчуття причетності до корисної справи, та ще й у досить простий спосіб купування необхідного товару чи послуги стає вагомим аргументом на користь соціальних підприємств, а тим більше на фоні підтримки національного товаровиробника. Оскільки малого бізнесу в Україні відносно мало, то соціальні підприємці можуть легко знаходити своїх покупців, формувати більш свідому культуру споживання, а відтак спільно вирішувати нагальні соціальні проблеми у громадах.

Можливість №4: СП підтримується міжнародними фондами і організаціями

На перший погляд, задавши параметри пошуку «підтримка соціальних підприємств» в інтернеті, ми не побачимо жодного результату, який би відповів на запитання «Де взяти ресурси на стартап?». Проте, існує багато пропозицій, які дотичні до соціального підприємництва, хоч і називаються по-різному.

Наприклад:

- *Підтримка внутрішньо переміщених осіб від Програми Розвитку ООН. Метою програми є створення робочих місць для внутрішньо переміщених осіб в Україні, а також для місцевого населення Донецької та Луганської областей.*

- *Допомога вимушеним переселенцям і громадам, які зазнали наслідків конфлікту, від Міжнародної організації з міграції. Однією зі складових програми є проведення тренінгів і надання грантів вимушеним переселенцям на підтримку їхніх зусиль щодо свого матеріального забезпечення через організацію малих підприємств, самозайнятості та професійне навчання.*

- *Майже усі програми донорів, спрямовані на розвиток сільської місцевості, містять елементи соціального підприємництва (Фонд "Монсанто", Міжнародний благодійний фонд "Добробут громад" (Heifer International)).*

- *Програма соціального інвестування "Вестерн Ен-Ай-Ес Ентерпрайз Фонд", яка створена для комплексної підтримки соціальних підприємств через надання доступних кредитів, консультаційні і тренінгові послуги, вирішення конкретних проблем у громадах.*

•

3. Чому бізнесу вигідні соціальні інвестиції?

Для чого існує ваш бізнес? Відповідь на це питання здається очевидною — якщо ви не отримуєте прибутку, то не можете називатися підприємцем. Але для того, щоб заробити, вам

так чи інакше доведеться думати про проблеми та потреби інших людей — щоб створити продукт, необхідний споживачеві. Чим би не займалася ваша компанія, вона так чи інакше виконує соціальні зобов'язання — сплачує податки, створює робочі місця та допомагає людям та компаніям вирішити їхні проблеми. Але багатьом бізнесменам здається, що цього недостатньо. Зараз понад 90% найбільших світових брендів жертвують на благодійність чи мають власну програму соціальної відповідальності і прагнуть досягти позитивних змін у суспільстві або довкіллі за допомогою бізнес-інструментів. Українські бізнесмени прагнуть наслідувати світовий досвід. Але чому?

Соціальні інвестиції створюють позитивний образ бренду

Зараз споживачам недостатньо купувати якісну продукцію, вони хочуть щоби вона мала певне соціальне призначення. За даними Forbes 83% споживачів вважають, що компанії мають підтримувати благодійні та некомерційні організації. Тож коли компанія бере на себе ініціативу з виховання бідних дітей, садіння дерев, проведення електроенергії в села, забезпечення зайнятості людей — вона зміцнює свій бренд та становище на ринку.

Ви виділитесь серед конкурентів

Якщо ваша компанія змінює світ і суспільство на краще, то кращої конкурентної переваги годі й шукати. У пошуку розв'язання важливих суспільних проблем підприємці часто винаходять інноваційні рішення. Наприклад, Ілон Маск, генеральний директор Tesla, подолав розрив між корпоративним світом та власним соціально відповідальним баченням, пропонуючи автомобілі з електричним приводом та екологічно чисту автомобільну продукцію.

Ваш продукт набуде додаткової вартості

Соціальна активність компанії створює вашому продукту додаткову вартість — не тільки ціннісну, а й матеріальну. Глобальне опитування Nielsen виявило, що 50% покупців можуть платити за товари відповідальних брендів більше — тож підтримка суспільних ініціатив не тільки є корисною для суспільства, але й вигідною.

Це допоможе збільшити прибуток

Дослідники Інституту Кепеха в Лондоні встановили, що компанії, які реалізовували соціальні ініціативи, отримали в 19 разів вищу середню віддачу активів. До того ж, їхні працівники були помітно продуктивнішими та краще обслуговували клієнтів.

Потенційна реклама

Інформація про вашу соціальну діяльність швидко буде розповсюджуватись серед людей. Таким чином, буде відбуватись з вами спочатку знайомство на відстані (заочно).

З вами захочуть працювати найкращі спеціалісти

Коли людині приємно асоціюватись із компанією — вона хоче в ній працювати. І навпаки — наприклад, за результатами опитування 65% працівників серйозно розглядатимуть звільнення, якщо їхня компанія завдала шкоди екології.

Особливо відповідальність компанії важлива для молодшого покоління. За даними Deloitte, 70% міленіалів визнали, що етичність компанії вплинула на їхнє рішення там працювати. Незабаром міленіали становитимуть більшість працівників у світі — тож компаніям, які прагнуть залучити це покоління до роботи, потрібно буде знати як їх мотивувати та втримати на роботі.

Якщо люди бачать сенс у своїй роботі, вони працюють продуктивніше

Ніхто не хоче працювати з усвідомленням, що його діяльність не впливає на життя інших. Ми прагнемо робити щось важливе та змінювати світ навколо нас. Коли штат великої компанії долучається до якоїсь ініціативи — результати можуть бути справді дивовижними. А якщо працівник відчуватиме гордість за свою компанію — це обов'язково позначиться на стосунках із замовниками та колегами.

4. Практична сторона соціального підприємництва в Україні

Соціальне підприємництво - один з найпотужніших світових трендів, що набирає обертів з року в рік. Це діяльність, яка забезпечує розв'язання соціальних, культурних чи екологічних проблем бізнесовими методами. Прибуток соціальних підприємств не розподіляється між засновниками, а спрямовується на розв'язання конкретних соціальних проблем. Ключовими видами діяльності соціальних підприємств є трудова інтеграція соціально уразливих груп, надання персональних соціальних послуг, розвиток депресивних регіонів.

Через брак коштів засновники соціальних підприємств змушені часто-густо працювати від року до трьох на волонтерських засадах, аби досягнути точки беззбитковості і мати можливість оплачувати власну і найману працю.

"Ми виживаємо завдяки тому, що наш простір заснований п'ятьма жінками-професіоналами. Тому такі вакансії, як менеджер з питань розвитку, PR та SMM менеджер, івент-менеджер, бухгалтер, дизайнер тощо, ми закриваємо самі, - ділиться досвідом **співзасновниця соціального підприємства Creative Women Space Даша Непочатова**¹¹. - Перший рік ми волонтерили. Трохи згодом почали виплачувати собі невеличкі "волонтерські премії", бо ту суму неможливо назвати зарплатнею. Перша вакансія, яку оголосили, була прибиральниця. Наступна – адміністратор креативного простору. Це сталося на другому році нашої діяльності, коли відчули, що втомилися, вигоріли і хочемо займатися стратегічними питаннями. Попри це нам вдалося запустити ще одне соціальне підприємство - кейтеринг Creative Women Food - і розпочати роботу над запуском видавництва Creative Women Publishing, а своїми сервісами охопити понад п'ять тисяч жінок".

З іншим спектром проблем стикаються соціальні підприємства, які надають робочі місця представникам уразливих груп населення, зокрема людям з інвалідністю. Найпоширеніша проблема - небажання людей з інвалідністю працювати або їхніх родичів-опікунів дозволити їм вийти на роботу через те, що бояться втратити пільги і пенсію.

Ця проблема спіткала ГО "Гармонія" у Вінниці, коли на початку року відкрили **каву-поінт "Кульбабка"**, де працюють три особи з інвалідністю. Вже майже рік вони шукають персонал для другої точки. Інша проблема - офіційне працевлаштування осіб з інвалідністю (тих, хто готовий до активної праці), адже з деякими їхніми діагнозами їм офіційно забороняється працювати.

Спілкування з соціальними підприємцями підтверджує, що залучення професійних співробітників у більшості випадків є викликом. З одного боку, слово "соціальне" дуже часто асоціюється з "безоплатним" і відлякує фахівців. З іншого - не вистачає (особливо на початку) достатніх ресурсів для того, щоб найняти потрібний кваліфікований персонал.

Завдяки суспільній підтримці подружжя львів'ян **Петро і Катя Ткачишини** заснували своє соціальне підприємство - **онлайн книгарню "Буківничка"**¹², яка працює за такою схемою: благодійники й усі охочі передають книжки, у "Буківничці" їх продають за цінами значно нижчими за ринкові. На отримані кошти купують книжки для дітей з кризових сімей. І без суспільної підтримки ця модель не працюватиме.

Саме завдяки шаленій підтримці **інклюзивна пекарня Good bread from good people**¹³, закриваючись через вимушений переїзд, отримала можливість відкритися знову. Її прихильники запропонували нові приміщення, допомагали грошима, попередньо замовили партію продукції. Пекарня відкрилась і нині працює на повну, щоб віддячити всім і розіслати замовлення.

¹¹ https://zn.ua/ukr/SOCIUM/socialne-pidpriyemnictvo-kudi-ruhayutsya-svit-i-ukrayina-333573_.html

¹² <https://biggggidea.com/project/bukivnichka-knizhkovе-sotsialne-pidpriemstvo/>

¹³ <http://goodbread.com.ua/>

Єдиний шанс зробити соціальні підприємства впізнаваними і зрозумілими для суспільства - це активність самих соціальних підприємців у популяризації своєї діяльності. Крім них, ніхто не знає, як вони змінюють цей світ на кращий. Однак успішність цього завдання прямо залежить від наявності ресурсів та професійних кадрів.

На думку **головної наукової співробітниці Інституту економіки та прогнозування НАНУ і співзасновниці соціального підприємства RE:ban Наталії Супрун¹⁴**, швидко досягнути беззбитковості соціальному підприємству-початківцю, як і будь-якому малому підприємству, нині досить складно через дорожнечу ресурсів та нестабільну і непрогнозовану кон'юнктуру ринку. Водночас, щоб бути успішним, соціальному підприємству недостатньо просто виготовляти якісний продукт, спочатку йому треба "продати" потенційним споживачам соціальну цінність продукту, пояснити, для чого створено цей бізнес.

Соціальне підприємство RE:ban, яке виготовляє крафтові вироби з використаних рекламних банерів, більшість свого робочого часу витрачає на публічні презентації, популяризуючи культуру повторного використання ресурсів і пояснюючи потенційним клієнтам, що вироби з уживаних матеріалів теж можуть бути модними й стильними. Саме тому про конкурентоспроможні зарплати поки що не йдеться.

Однак якщо є значний попит на послуги чи продукцію соціального підприємства, ситуація може скластися інакше. **Андрій і Тетяна Івчатови** започаткували соціальне підприємство "Самотужка" - мережу фітнес-центрів для дітей із порушенням опорно-рухового апарату. За три роки вони змогли масштабуватися - відкрити чотири центри в різних районах Києва, де працюють 23 співробітники, кожен з яких має гідну зарплату. Однак таких підприємств на вітчизняному ринку одиниці, і це на сьогодні більше виняток, ніж поширена практика.

Нові можливості для додаткових ресурсів та створення робочих місць дає ухвалений у січні 2019 року Закон України "Про соціальні послуги". З січня 2020 року відповідно до цього закону органи місцевого самоврядування можуть закуповувати соціальні послуги в соціальних підприємців. Але і там є багато ризиків.

4. Як зробити соціальний бізнес в Україні привабливим?¹⁵

Анастасія Мартиненко — співзасновниця zero waste проєкту OZERO, голова ГО "О.ЗЕРО"

«Ми перший в Україні zero waste магазин — продаємо товари, які допомагають не утворювати сміття. Наша соціальна складова — зменшення кількості сміття у світі та підвищуємо свідомість покупців. Також у нас є проєкт еко-адаптації: ми допомагаємо фестивалям та бізнесу ставати більш екологічними, наскільки це можливо. А ще ми проводимо лекції та майстер-класи у школах, навчальних закладах, бізнесах».

Марія Сорокіна — засновниця бренду fashion-аксесуарів з переробленого пластику re-beau

“Re-beau — це скорочення від слів responsible beauty, ми — про відповідальну красу. Йдеться про fashion-аксесуари із переробленого пластику. Ми беремо те, що могло би стати пластиковим сміттям на полігонах та робимо з нього щось привабливе та стильне. З одного боку, через цей проєкт ми показуємо людям, які зацікавлені у моді, що вона може бути сталою. З іншого боку, залучаємо людей, які ще не почали вдома сортувати сміття та не знають про це, аби вони дізналися про це більше — чому вторсировина є ресурсом, чому її можна та потрібно повторно використовувати.”

¹⁴ https://zn.ua/ukr/SOCIUM/socialne-pidpriyemnictvo-kudi-ruhayutsya-svit-i-ukrayina-333573_.html

¹⁵ <https://euprostit.org.ua/practices/143312>

Денис Охріменко — співзасновник проєкту PAGL, засновник проєкту TimeForMachine
«PAGL — це кубики із паперової маси, з переробленої сировини. Ми також використовуємо сировину із тетрапака, де використовується первинна целюлоза, але вона береться із розщепленого тетрапака. Також у минулому я засновник проєкту UGear (вироблення іграшок із фанери). Ми також робимо іграшки з металу та переробленої маси. Всі іграшки із екологічних матеріалів».

Олексій Веренікін — власник та ідеолог компанії "Де Ла Марк", ініціатор соціальних проєктів

«Компанія "Де Ла Марк" вже десять років займається виробництвом безпечної побутової хімії — це засоби для прибирання, прання, а також косметика. Вся наша продукція має екологічний сертифікат та визнається у 65 країнах Європи. Наша компанія одна із перших почала цей тренд розповсюджувати на території України і сьогодні в кожному регіоні кожен українець може купити нашу продукцію».

Як соціальні підприємці комунікують зі своєю аудиторією? З тією аудиторією, яка не знає що таке соціалізм?

Анастасія Мартиненко: «Ми окремо не комунікуємо, що ми соціальне підприємство. Розуміємо, що простіше досягти нашої мети, якщо будемо пояснювати: «ось це — бамбукова зубна щітка, вона замінює пластикову зубну щітку, яка є проблемою, тому що... робить світ кращим простими діями». А слово соціальне підприємство ми, зазвичай, не використовуємо, щоб не ускладнювати ситуацію».¹⁶

Як соціальне підприємство може спонукати клієнтів задумуватися над цінністю продукту, який пропонується?

Марія Сорочіна: «Мій продукт — це fashion-аксесуари, і він дуже далеко знаходиться від теми сортування, вторсировини. Але він грає на контрасті. В цьому і суть, що коли людина вперше бачить цей продукт, бере його в руки чи читає про нього, то мета така, щоб викликати реакцію — це круто, стильно, класно. А вже потім, щоб дізнатися про це друге дно, підґрунтя. Побачивши стильну річ на подружці, у вітрині чи журналі, подумати — якщо, умовно, зі сміття можна зробити таку класну річ, то я мабуть почну сортувати сміття, бо я бачу в цьому екологічну та економічну вигоду. Для українців, на мою думку, дуже важливо показати саме економічну вигоду, щоб розуміти, як наш добробут може зрости».¹⁷

Що втомилася чути соціальні підприємці про свою діяльність? Що дратує?

Денис Охріменко: «Конкретно у нашому випадку люди часто порівнюють наш продукт із лотком для яєць, але він і робиться за технологією лотка для яєць — виливання із паперової маси. Соціалізм — це те, за що люди платять зараз, щоб не платити у майбутньому. У соціалізмі завжди дорожчим є вхід та вихід, але це дешевше для майбутніх поколінь. І це перенесення вартості інколи всіх дратує. Ще п'ять-десять років тому людям було б дуже дивно дивитися на ось таку грубу, не яскраву та не пластикову іграшку, але зараз люди вже готові до того, що продукт ось такий. Він простіший, трішки грубіший, але зате «десь у Китаї не тече фіолетова річка, бо вони там все це фарбують». Тут використовуються екологічні фарби і цю продукцію легше утилізувати.

Умовно, дев'ять людей із десяти у захопленні від продукції, їхні діти граються, але є ті, які хочуть глянцевої, пластикової продукції. І одна людина із десяти в Україні пише нам

¹⁶ <https://euprostit.org.ua/practices/143312>

¹⁷ <https://euprostit.org.ua/practices/143312>

приблизно таке: «це повний треш, це сміття». Нам повертали товар, бо люди не готові були. У тій же Німеччині більш готові платити за те, що це воно ось таке».

Що таке соціальний вплив бізнесу?

Олексій Веренікін: «Коли створювалася компанія, то в її основі, ідеології, лежала екологічна складова. Ще десять років тому ми помітили, як велика кількість інгредієнтів, що використовуються при виробництві побутової хімії та потрапляють у води, шкодить екології. І вже десять років після цього у кожен продукт, який ми робили, закладали таку ідеологію, щоб він не шкодив — ні здоров'ю людини, ні екології України. Зараз ми чітко розуміємо, що для нас еко-трансформація, хоча б у побуті кожної людини, ставала стилем життя. Ми намагаємося впроваджувати це із кожним продуктом — створюємо нові еко-звички для людини, яка у майбутньому буде використовувати те, що не завдаватиме шкоди екології. Ті продукти, які ми виробляємо, дають можливість людям автоматично піклуватися про екологію».

Яке майбутнє чекає на соціальне підприємництво в Україні, світі?

Денис Охріменко: «Ми у світі живемо в закритій системі, тому іноді виникають такі проблеми — можна зробити виробництво екологічним та продукт буде неекологічним. Чи навпаки, дуже важко розімкнути ці системи. Вся боротьба йде за те, щоб у цій закритій системі виключити природу, щоб цей поїзд умовно їхав і вся діяльність була всередині поїзда і менше викидалося назовні. По суті, людство зараз кредитується за рахунок природи чи перекладає цей кредит на майбутнє покоління. Але ці вкладення, які зараз відбуваються, багато в чому зараз недооцінені. Все, що посіяне на майбутнє, буде оцінене в майбутньому, і люди будуть вкладати у ті речі, які будуть виробляти zero waste».

Анастасія Мартиненко: «Я думаю, що у майбутньому не буде іншого бізнесу, крім соціального. Тобто, будь-який бізнес буде мати якусь ціль. Вже зараз розуміють, що вибір, як правило, припадає на те, що приносить якусь користь».

Олексій Веренікін: «Бізнес, який робиться заради грошей, просто вимре. Молодь приходить, і для них прибуткова частина вже на другому місці. На першому місці — «що я роблю, і як це може вплинути на соціум навколо мене».