

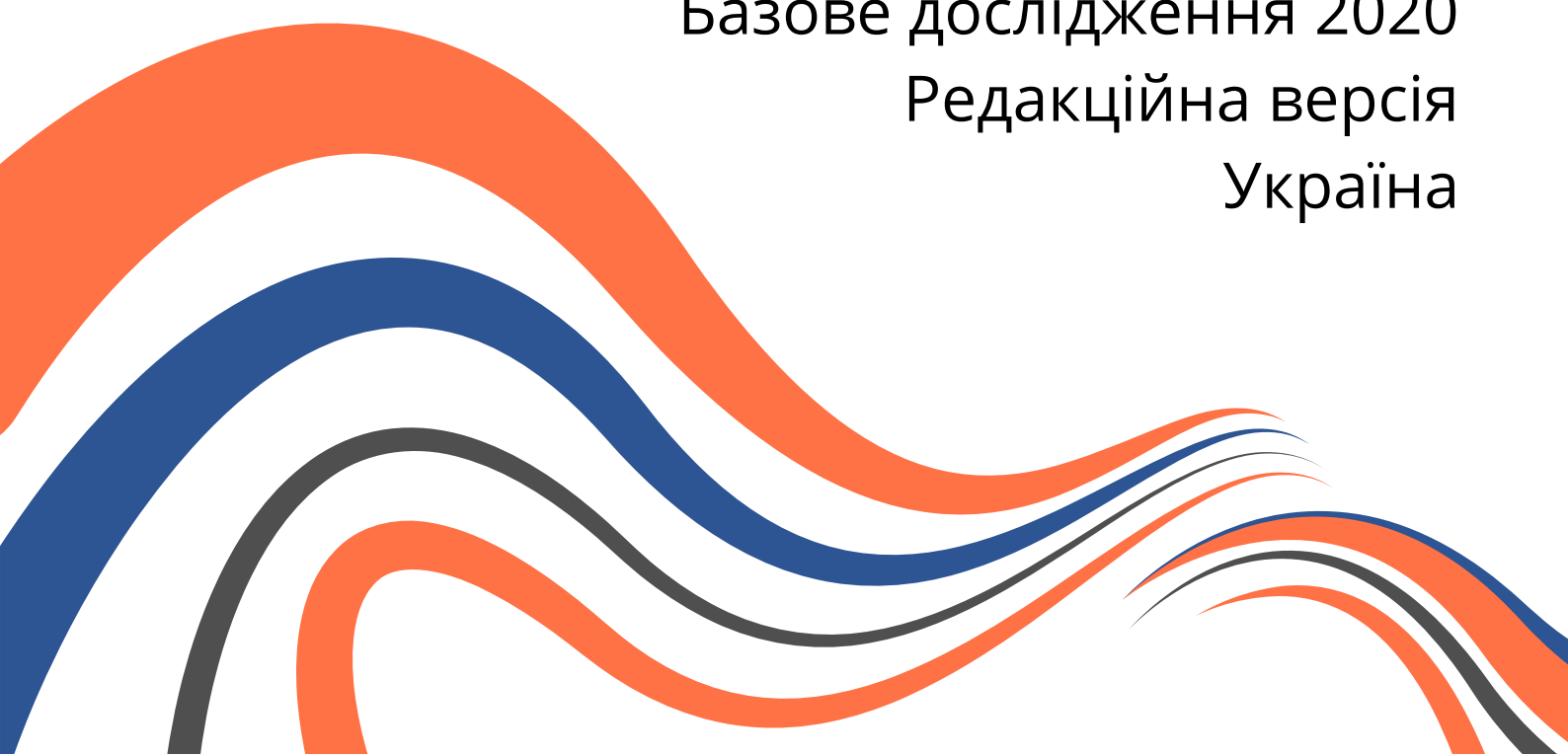


ПРЯМУЄМО
РАЗОМ

EU4Youth

Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні

Базове дослідження 2020
Редакційна версія
Україна



Відмова від відповідальності

Даний звіт був підготовлений організацією "Wooden Horse Strategies" (WHS) для проєкту "EU4Youth - розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні".

Редакційну версію надала Тетяна Виговська-Каменко, національний координатор проєкту "EU4Youth - розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні" в Україні та національна команда проєкту.

Цей звіт підготовлений за фінансової підтримки Програми "EU4Youth" Європейського Союзу. Зміст цієї публікації є виключною відповідальністю органу впровадження проєкту в Україні, та він жодним чином не може відбивати точку зору Європейського Союзу.

ЗМІСТ

Методологія	4
Сучасний ландшафт соціального підприємництва в Україні	7
Законодавство та фінансові інструменти для соціального підприємництва	10
Основні проблеми та рішення для соціального підприємництва	12
Додаток 1: Відповіді експертів та лідерів соціального підприємництва	18

Методологія

У травні 2020 року Wooden Horse Strategies (WHS) провела дослідження соціального підприємництва в Україні з метою встановлення базових показників проекту "Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні", що стане основою для вимірювання ефективності проекту в Україні.

У вересні 2020 року ГО «Егаліте Інтернейшнл», яка є національним виконавцем проектом, вирішила відкрити дані базового дослідження для громадськості та опублікувала редакційну версію цього звіту.

WHS використовувала такі методи та інструменти дослідження:

- 1. Кабінетні дослідження.** Команда WHS вивчила аналітичні матеріали про соціальне підприємництво в Україні, проаналізувала відповідне законодавство, включаючи законопроекти та провела моніторинг засобів масової інформації на відповідну тему, зокрема, використовуючи інструмент моніторингу засобів масової інформації LOOQME. WHS має доступ до послуг цієї компанії, які виявились корисними для проведення різних досліджень. Кабінетні дослідження були спрямовані на розуміння загального огляду поточної ситуації у сфері соціального підприємництва в Україні. В результаті кабінетного дослідження, WHS отримав важливі дані, необхідні для узагальнення ключових тенденцій та розуміння медіаландшафту для соціального підприємництва, особливо в цільових регіонах.
- 2. Поглиблені інтерв'ю в Інтернеті з експертами та лідерами соціального підприємництва.** WHS провела 16 поглиблених інтерв'ю в Інтернеті з провідними експертами та соціальними підприємцями, обговорюючи загальну ситуацію в галузі соціального підприємництва в Україні та окремі аспекти показників проектів. Більшість респондентів були молоді люди (в цьому опитуванні ми посилаємося на молодь 18-35 років), до того, практично всі респонденти мали досвід співпраці з молодими соціальними підприємцями. Дві третини респондентів працюють на національному рівні - в органах влади, донорських структурах або як експерти - переважно в Києві, але мають великий досвід спілкування та співпраці із соціальними підприємцями по всій країні. Таким чином, були опитані такі особи:

1. Олександр Славський, співзасновник Impact Hub Одеса, співзасновник та генеральний директор Business Incubator Group Ukraine, колишній радник Прем'єр-міністра України з питань підприємництва;
 2. Василь Назарук, керівник програми соціальних інвестицій Western NIS Enterprise Fund;
 3. Артем Корнецький, провідний експерт з питань соціального підприємництва в Україні, співзасновник та генеральний директор School of ME;
 4. Віталій Бохняк, старший експерт з розвитку бізнес-проєкту "Партнерство для місцевого економічного розвитку та демократичного врядування" (PLEDDG);
 5. Аліна Бочарнікова, координатор з питань розвитку соціального підприємництва фонду "Агенція розвитку майбутнього";
 6. Денис Гурський, голова правління Social Boost, співзасновник 1991 Civic Tech Center та 1991 Open Data Incubator;
 7. Наталія Повтар, менеджер з реєстрації НГО Українського незалежного центру політичних досліджень;
 8. Марія Захарченко, координатор проєкту "Соціальне підприємництво як інноваційний механізм розв'язання питань соціального розвитку" Фонду Східна Європа;
 9. Ольга Шаварова, менеджер програм Фонду Східної Європи;
 10. Ірина Соловей, меценат Veterano Brownie, соціальний інвестор в Urban Space 500, стратег City Code, співзасновник / продюсер Спільнокошт - колективне фінансування проєктів; Співзасновник / Продюсер Big Idea, Співзасновник / Президент Garage Gang;
 11. Тарас Яценко, засновник, директор Tvoiemisto.tv;
 12. Олександр Санченко, народний депутат, співавтор законопроєкту про соціальне підприємництво;
 13. Дмитро Гаврилюк, координатор проєкту міжнародного партнерства "Соціальне підприємництво - досягнення соціальних змін за ініціативою "знизу", координатор ресурсу socialbusiness.in.ua;
 14. Костянтин Євтушенко, керуючий партнер UNIT.City;
 15. Галина Васильченко, народний депутат, Член Комітету Верховної Ради з питань фінансів, податкової та митної політики;
 16. Вікторія Довжик, радник міського голови Львова, депутат Львівської міської ради.
3. **Опитування соціальних підприємців у цільових областях.** Була розроблена та розповсюджена серед 127 соціальних підприємств спеціальна онлайн-анкета, орієнтована на пошук конкретних відповідей на базові показники. Ми отримали 39 унікальних відповідей (формально -

31%, але фактично - % вищій, оскільки велика частка контактів була взята з [Каталогу соціальних підприємств на 2016-2017 роки](#), і деякі з них могли припинити своє існування), що дало цінну інформацію для дослідження;

4. **Фокус-група.** Для глибшого вивчення теми опитування була проведена онлайн фокус-група з соціальними підприємцями з цільових регіонів. Керівництво фокус-групи базувалось на рекомендаціях поглиблених інтерв'ю, прийнятих для більш вузьких тем опитування в ході дослідження. Сім учасників фокус-групи (типовий номер для опитування фокус-груп) були обрані з 39 респондентів всіх цільових регіонів нашої анкети (за винятком Черкаської області, яка не надала жодної відповіді). Троє з опитаних - молоді люди, але всі учасники фокус-групи мають досвід співпраці з молодими соціальними підприємцями або залучення молоді до їх діяльності. В опитуванні взяли участь такі соціальні підприємці:
 1. Антоненко Дарина з Київського соціального підприємства "Re:ban";
 2. Олег Левченко з Вінницького соціального підприємства "Системні рішення";
 3. Андрій Яценко з Дніпровського соціального підприємства MyAtelier;
 4. Оксана Трибун з соціальних підприємств Житомирської області "Воскресіння" та "Імперія Свята";
 5. Юрій Манжос з соціального підприємства "Освітогра" м. Біла Церква Київської області;
 6. Андрій Левицький зі Львівського соціального підприємства "Woodluck";
 7. Анна Мазуркевич з Одеського соціального підприємства "FAST".
5. **Тематичні дослідження.** На всіх вищезазначених етапах дослідження WHS проаналізувала випадки, що становлять особливий інтерес для реалізації проекту, та зобразила їх у тексті дослідження.

Сучасний ландшафт соціального підприємництва в Україні

Концепція соціального підприємництва продемонструвала яскравий розвиток протягом останніх кількох років в Україні. Хоча вона до цього часу не відома широкій аудиторії, вона, безумовно, більше не є маргінальною темою. [Соціальний бізнес в Україні](#) є одним з основних ресурсів як для поширення інформації про соціальне підприємництво, так і для реалізації проєктів у цій галузі. Це було корисно для пошуку відповідних матеріалів та контактів, зокрема, в їх детальних звітах за темою, таких як ["Зелена книга соціальних підприємств в Україні"](#) та ["Каталог соціальних підприємств на 2016-2017 роки"](#).

Крім того, соціальне підприємництво згадувалося в різних статтях від національних ЗМІ, наприклад, ["Ліга"](#), ["Новое время"](#) та ["Дело"](#), до місцевих. Так, служба моніторингу засобів масової інформації LOOQME, яка відстежувала всі згадки фраз "соціальне підприємництво", "соціальний підприємець", "соціальне підприємство" та "соціальний бізнес", з 1 по 26 травня у засобах масової інформації цільових регіонів знайшла 82 статті - деякі з них зосереджувались на цій темі, тоді як більшість з них просто згадували про це в контексті. Найбільш активними в постановці цього питання виявилися ЗМІ Вінниці, такі як ТРК ["Віта"](#), газета ["Місто"](#), ["Моя Вінниця"](#), "Інформаційна Вінниця" та ["Новини Вінниці"](#), зокрема завдяки муніципальній програмі соціального підприємництва, затвердженій міською радою. Деякі ЗМІ Києва ([Mind](#), Sho Tam) та Львова ([Dyvys](#), [Forpost](#)) також активно працювали в цьому напрямку. Отже, можна зробити висновок, що тема соціального підприємництва знаходиться в центрі уваги основних інформаційних вебсайтів та регіональних медіаресурсів по всій країні. І місцеві ЗМІ значно активніше займаються цією темою, ніж національне інформаційне агентство.

Оскільки чіткого визначення та реєстру соціальних підприємств немає, точна їх кількість невідома. Кілька років тому експерти оцінили це число на рівні

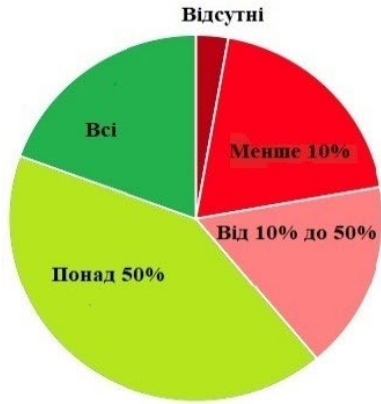
1000, однак, враховуючи стрімкий розвиток цієї концепції в останні роки, сьогодні ця кількість значно вища. Інтерв'ю з провідними соціальними підприємцями та експертами в цій галузі підтвердили висновки щодо швидкого розвитку соціального підприємництва протягом останніх десяти років - особливо у Києві, за яким слідує Львів та меншою мірою в інших регіонах країни - і сьогодні в Україні можна нарахувати до 2000 соціальних підприємств. Однією з ключових причин цієї тенденції є те, що соціальне підприємництво часто є єдиним розв'язанням соціальних проблем в Україні чи деяких громадах. Наприклад, соціальне підприємництво забезпечує кращі можливості для працевлаштування представників певних соціально незахищених груп населення, таких як ветерани АТО (Pizza Veterano - чудовий приклад тут) або люди об'єднуються в соціальні підприємства, коли бачать, що держава чи муніципалітет не забезпечує достатньої підтримки певній групі людей, які цього потребують (як у випадку з центром "Горіховий дім").

У вищезазначеному Каталозі соціальних підприємств на 2016-2017 роки зареєстровано 150 таких суб'єктів. Діяльність більшості з них (91) була спрямована на працевлаштування представників соціально незахищених груп населення, за яким слідували "отримання доходів для їх організації" (79) та "отримання доходів від надання послуг" (60). Лише п'ять соціальних підприємств визначили основним видом діяльності розв'язання екологічних проблем.

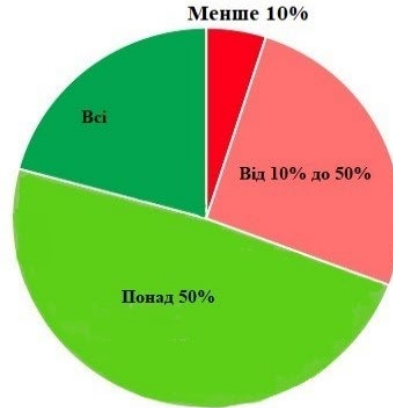
Зазвичай саме молоде населення є рушійною силою руху соціального підприємництва, однак і літні люди досить активні. Соціальні підприємці, опитані WHS, сказали, що їм вдалося досягти найкращих результатів, об'єднавши зусилля обох поколінь.

Опитування громадської думки, проведене WHS, підтверджує високий рівень залучення молоді, жінок та представників соціально незахищених груп населення до соціального підприємництва (мал. 1-3), а також стрімкий розвиток цього сектору протягом останніх кількох років.

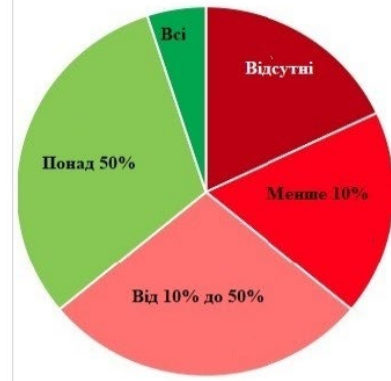
Малюнок 1
Частка осіб віком від 15 до 35 років, які працюють на соціальних підприємствах



Малюнок 2
Частка жінок, які працюють на соціальних підприємствах

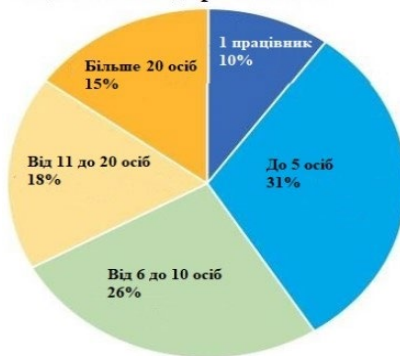


Малюнок 3
Частка осіб із соціально незахищених категорій, які працюють на соціальних підприємствах



Більшість соціальних підприємств, що брали участь у нашому опитуванні (82%), були засновані за останні п'ять років, понад половину респондентів становили молоді люди, і більшість із них - жінки (54%). Більшість відповідей надійшли з міста Києва, Львівської області та Київської області. Понад 70% респондентів ведуть свою діяльність у міській місцевості, майже 30% - як у міській, так і в сільській місцевості, ніхто з респондентів не інформував про свою діяльність лише в сільській місцевості.

Малюнок 4
Кількість осіб, які працюють у соціальних підприємствах



Зазвичай соціальні підприємства в Україні - це невеликі суб'єкти господарювання, часто - підприємства на одну людину. Це підтвердило опитування громадської думки, проведене WHS (мал. 4).

Більш ніж половина соціальних підприємств, які взяли участь в опитуванні, працюють над залученням молоді, 36% - з екологічних питань, 26% - допомагають людям з обмеженими можливостями та 23% - з питань гендерної рівності.

Законодавство та фінансові інструменти соціального підприємництва

Діяльність соціальних підприємств в Україні регулюється досить широким законодавчим актом:

- [Господарський кодекс України](#)
- [Цивільний кодекс України](#)
- [Податковий кодекс України](#)
- Закон України "[Про громадські організації](#)"
- Закон України "[Про державну допомогу суб'єктам господарювання](#)"
- Закон України "[Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва України](#)"
- Закон України "[Про публічні закупівлі](#)"
- Закон України "[Про оренду державного та комунального майна](#)"
- Закон України "[Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні](#)"

- Закон України "[Про внесення змін до деяких законів України щодо посилення соціального захисту внутрішньо переміщених осіб](#)"
- Указ Президента України про [Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 роки](#)
- План дій Кабінету Міністрів щодо [реалізації Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в Україні до 2020 року](#)
- Постанова Кабінету Міністрів України "[Про затвердження Порядку надання дозволу на право користування пільгами з оподаткування для підприємств та організацій громадських організацій осіб з інвалідністю](#)" та багато інших.

Були дві спроби прийняти закон "Про соціальні підприємства", розроблений депутатом Олександром Фельдманом у 2012 та 2015 роках, але обидві не мали успіху. Законопроєктами пропонувалось ввести термін "соціальне підприємство", критерії для його визначення та пільги для таких суб'єктів, а також створити міжвідомчу комісію, що підтримує соціальні підприємства, яка, зокрема, визначала б їх статус.

Регіональні та місцеві органи влади, як і національні органи влади, зазвичай включають соціальне підприємництво до своїх програм розвитку малого та середнього бізнесу. Деякі з них мають окремі програми з розвитку соціального підприємництва - наприклад, Вінниця, яка нещодавно затвердила [Програму розвитку соціального підприємництва на 2020-2022 роки](#).

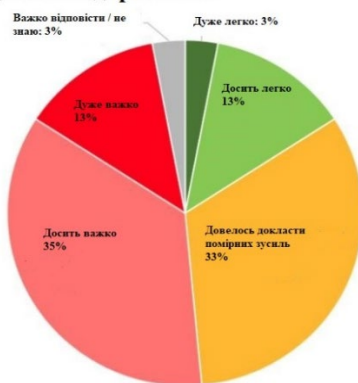
Чинне законодавство України містить безліч положень, які вже можуть бути використані суб'єктами малого та середнього бізнесу, в тому числі соціальними підприємцями, наприклад, звільнення від сплати податків та соціальних внесків при працевлаштуванні людей з обмеженими можливостями. Однак соціальні підприємці часто або не знають про ці можливості, або бояться використовувати їх через перешкоди в здійсненні цих правил. Наприклад, за словами одного респондента з фокус-групи WHS, коли його соціальне підприємство отримувало державну допомогу, після цього вони повинні були пройти шість державних перевірок.

Значні зусилля для сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні доклало міжнародне товариство, зокрема за допомогою донорів, які відіграли дуже активну роль у підтримці розвитку соціального підприємництва. Крім цього, багато соціальних підприємств у країні існують, головним чином, завдяки допомозі донорів. Наприклад, згідно з опитуванням громадської думки WHS, менше третини соціальних підприємств, які взяли участь в опитуванні, повідомили, що не мають інших джерел фінансування, окрім своїх доходів, а дві третини мають інші джерела для своєї діяльності, в основному благодійні внески, іноземні гранти та особисті заощадження.

На перших етапах формування соціального підприємництва в країні, на початку 2000-х років, Британська Рада в Україні спільно з Фондом Східної Європи, Міжнародним фондом Відродження, комерційним банком "ErsteBank" та міжнародною аудиторською компанією "PriceWaterhouseCoopers" створили Консорціум для підтримки розвитку соціального підприємництва в Україні. Відтоді донорські програми щодо соціального підприємництва значно розширились. Підприємницький фонд Western NIS Enterprise Fund реалізував масштабну програму надання кредитів соціальним підприємствам в Україні. Проєкт, що фінансується ЄС "Соціальне підприємництво - досягнення соціальних змін за ініціативою "знизу", який проводить Український форум благодійників, став найбільшим проєктом у цій галузі. У 2019 році Робоча група "Розвиток законодавства у галузі соціального підприємництва" в рамках проєкту Координатора проєктів ОБСЄ в Україні представила проєкт [Концепції розвитку соціального підприємництва в Україні](#). Вагомий внесок у розвиток соціального підприємництва в Україні внесла програма "ENACTUS-Україна". Курси соціального підприємництва були запроваджені в Українському католицькому університеті у Львові та Києво-Могилянській академії та стали доступними в Інтернеті на освітніх платформах "Prometheus" та "EdEra".

Основні проблеми та рішення для соціального підприємництва

Малюнок 5
Наскільки важко було заснувати ваше соціальне підприємство

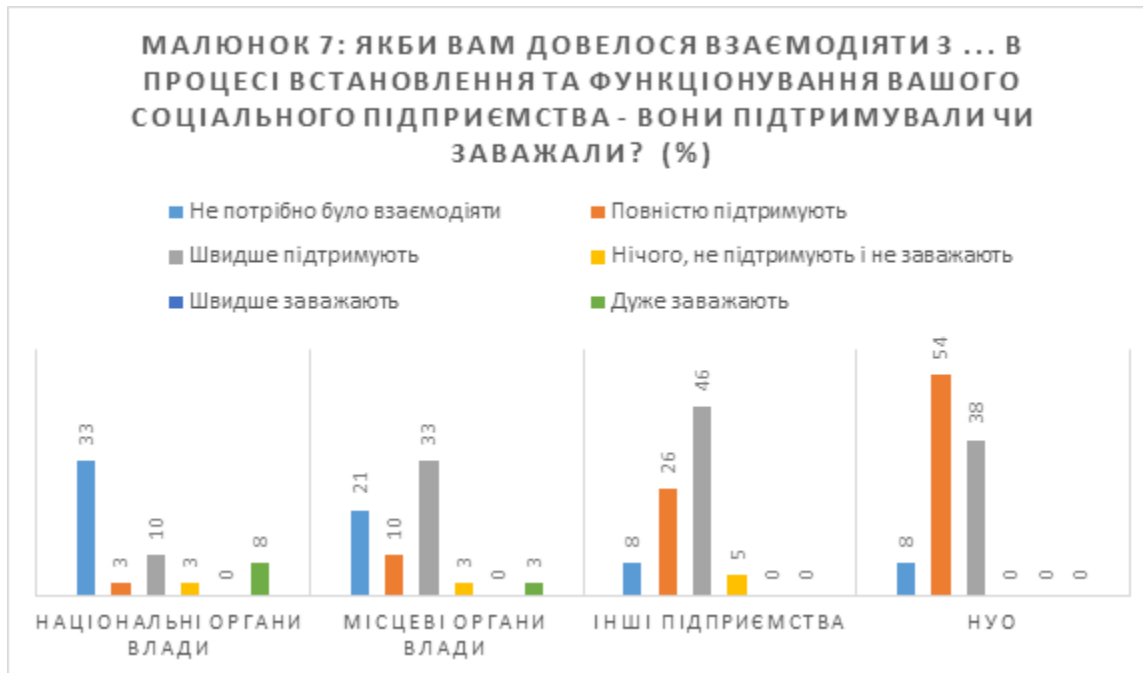


Більшість респондентів опитування WHS сказали, що створити своє соціальне підприємство досить складно або для досягнення цієї мети їм довелося докласти помірні зусилля (мал. 5). Половина респондентів обрала варіант фінансових ресурсів серед ключових завдань для свого соціального підприємства. В іншому питанні респонденти підтвердили, що труднощі з доступом до фінансових ресурсів залишаються основною перешкодою для їх функціонування, тоді як ніхто з респондентів не сказав, що в їх діяльності не було жодних перешкод (мал. 6).



Крім того, відсутність доступу до фінансових ресурсів, перш за все дешевих кредитів, було названо однією з основних проблем для соціальних підприємців експертами та провідними соціальними підприємцями, з якими розмовляли представники WHS. Нещодавня програма, запроваджена Україною, яка надає кредити для малого та середнього бізнесу на 5-7-9%, була названа доброю спробою розв'язувати цю проблему.

На думку респондентів, найбільшу підтримку у своїй діяльності надає недержавний сектор, інші суб'єкти господарювання та місцеві органи влади - досить підтримують, в той час, як національні органи влади - найменш підтримують (мал. 7). Водночас відповідаючи на запитання, кого вони бачать ключовими партнерами у просуванні соціального підприємництва в Україні, 28% респондентів відповіли "інший бізнес", 25% - "неурядові організації", 17% - "національна влада" і тільки по 6% - "органи місцевого самоврядування" та "донори".



Соціальні підприємства дуже активно спілкуються між собою, головним чином в Україні, але також зі своїми колегами у своєму регіоні та за кордоном - на численних зустрічах та заходах від місцевих до великих зборів на національному рівні, таких як Форум соціального підприємництва. Лише чверть респондентів, які брали участь в опитуванні WHS, написали, що не спілкуються та не співпрацюють з іншими соціальними підприємствами. Експерти висловили подібну ідею в інтерв'ю, сказавши, що створення мережі соціальних підприємств було б дуже корисним інструментом для зміцнення та розвитку цього сектору. На думку респондентів, мережа вже є популярним механізмом серед багатьох соціальних підприємців, але вона все ще має великий попит на соціальних підприємців з двох основних причин. По-перше, ділитися історіями успіху та налагоджувати контакти, а по-друге, ділитися невдачами, оскільки сектор соціального підприємництва в Україні не регулюється належним чином, та для нових соціальних підприємців краще чути від своїх колег, як це працює на практиці, включаючи помилки, які вони допустили, щоб уникнути їх самим.

Як розповів один з учасників, соціальні підприємці в Україні - це велика сім'я, і вони повинні допомагати один одному. Один з учасників порекомендував інституціоналізувати таку мережу, перетворивши її в лобістський клуб для соціальних підприємців. Ще одна рекомендація, яка отримала рішучу підтримку деяких учасників, стосувалася створення секторальних мереж соціальних підприємств, наприклад з екологічних питань.



Найголовніше, що фокус-група, проведена WHS, продемонструвала практичні результати об'єднання людей. Таким чином, під час розмови учасник зі Львова повідомив про одну з перешкод, з якою він стикається - пошук ринків збуту меблів, які виробляє його соціальне підприємство. Учасник з Білої Церкви відреагував, сказавши, що може надати рекомендації щодо цього, та вони погодились залишатися на зв'язку.

Поширення успішних випадків соціальних підприємств - тих, які досягли своїх соціальних цілей, отримали широкий розголос та / або стали фінансово стійкими, - а також організація зустрічей із соціальними підприємцями часто називали найкращим способом популяризації соціального підприємництва в країні. Навчальні поїздки до соціальних підприємств до інших регіонів України та за кордон були б ще одним хорошим інструментом для підвищення обізнаності щодо соціального підприємництва, а також рівня компетентності соціальних підприємців. Крім того, це найкращий спосіб залучити молодь до соціального підприємництва - на думку наших респондентів, молоде покоління може бути легко залучене, якщо вони побачать результати подібних зусиль. Деякі місцеві ЗМІ, як "[Твоє місто](#)" у Львові, вже мають досвід регулярного співробітництва з соціальними підприємствами. Крім того, вони співпрацюють з місцевими органами влади з метою вироблення системного підходу до просування соціального підприємництва в місті.

За словами керівників та експертів із соціального підприємництва, дуже мало соціальних підприємств мають стійку бізнес-модель - хоча вони дуже добре розуміють складову соціальної місії своєї діяльності, їхні навички управління бізнесом часто є досить низькими, тому відповідні навчальні програми особливо необхідні. Тому існує великий попит на вдосконалення навичок управління бізнесом соціальних підприємців.

Крім того, особливо в контексті нещодавніх карантинних обмежень, попит на цифрові навички значно зріс. Подібно думці, висловленій в інтерв'ю, навички цифрового маркетингу та управління фінансами були названі двома основними напрямками, в яких респонденти хотіли б поліпшити свої навички (мал. 8).

Нарешті, учасники фокус-групи - як ті, хто ніколи не брав участі у таких навчальних заходах, так і ті, хто здобув ступінь MBA - погодились з тим, що

навчальні програми вкрай необхідні при системному підході та демонстрації практичних прикладів. Більш того, відвідування соціальних підприємств як в Україні, так і за кордоном було згадано під час роботи фокус-групи як ще одна важлива частина вдосконалення навичок соціальних підприємців.

Серед інших основних перешкод для функціонування соціального підприємництва все ще залишається низька обізнаність щодо цього явища в країні. По-перше, ми говоримо про нерозуміння владою важливості соціального підприємництва у розв'язанні соціальних проблем та, як наслідок, відсутність відповідної державної політики та законодавства. По-друге, ще одна проблема - низький рівень обізнаності про соціальне підприємництво в суспільстві. Беручи до уваги все ще наявну радянську спадщину, багато людей негативно сприймають бізнес та підприємництво загалом. Крім того, люди часто бояться ризикувати, відкриваючи свій бізнес.

Як соціальні підприємці, так і експерти сходяться на думці, що національні та місцеві органи влади повинні відігравати активнішу роль в підтримці соціального підприємництва, більш того, місцеві органи влади можуть грати особливо позитивну роль, оскільки вони краще знають проблеми у своїх спільнотах, та які організації можуть сприяти їх вирішенню. Однак уряд не повинен заходити надто далеко, щоб цей сектор, не став надмірно регульованим або не перетворився на суб'єктів, які фінансово залежать від державних витрат. До того, відсутність конкретного закону зі строгими положеннями часто приносить користь соціальним підприємствам, оскільки вони менш регламентовані та мають більше свободи вибору, яка організаційно-правова форма діяльності їм підходить найбільше (громадська організація, благодійна організація, ТОВ, приватний підприємець тощо). Соціальні підприємці зазвичай виступають за законодавче визначення соціального підприємництва з чіткими критеріями, а також правилами по відповідних видах діяльності, включаючи пільги.

Тому будь-яке законодавство, що регулює цю сферу, повинно бути дуже чітким, прозорим, мінімізувати можливість зловживання статусом соціального підприємця, а також уникати надмірного регулювання цього сектору, що часто є причиною того, що багато людей відмовляються займатися підприємницькою діяльністю. Отже, кроки влади повинні містити запровадження належного правового регулювання у цій сфері, включаючи чіткі критерії визначення соціальних підприємств, прозорі правила звільнення від сплати податків, розробку національної стратегії та рамкових документів, таких як статут соціального підприємства; сприяння соціальному підприємництву, включаючи запуск карти соціального підприємництва, яка могла б включати інформацію про

соціальні підприємства за їх розташуванням, продуктами та послугами (щоб будь-який споживач, який бажає підтримати соціальне підприємництво, мав змогу знайти потрібні йому товари чи послуги); підтримка в рекламі своєї продукції, фінансова підтримка соціальних підприємств, особливо на початкових етапах; дешеві кредити; вигідні умови для участі в державних тендерах; оренда комунальних приміщень безкоштовно або за зниженою ціною, освітні програми для соціальних підприємців; надання консультацій; сприяння спілкуванню серед соціальних підприємців; створення єдиної бази даних соціальних підприємств тощо.

Соціальні підприємці повинні брати активну участь у розробці відповідного законодавства, крім того, враховуючи досить низький рівень їхньої участі у цьому процесі сьогодні - лише більше третини респондентів опитування WHS повідомили про свій досвід участі у цьому процесі.

В опитуванні WHS соціальні підприємці одногласно підтримали ідею проведення широкомасштабних освітніх програм з питань соціального підприємництва, зокрема, починаючи зі шкіл та університетів, розповсюджуючи відповідну інформацію серед органів влади - насамперед серед місцевих чиновників, щоб вони зрозуміли суть соціального підприємництва та його значення для місцевих громад - а також серед самих соціальних підприємців, проведення належних комунікаційних кампаній, зокрема роз'яснення соціальних цінностей такої діяльності та можливостей для самореалізації, популяризація теперішніх онлайн-курсів з соціального підприємництва, в тому числі на "Prometheus" та "EdEra", організація майстер-класів, фестивалів, ярмарків, конкурсів, хакатонів, інкубаторів, акселераторів, бізнес-шкіл, лабораторій, волонтерських рухів; проведення навчальних поїздок до соціальних підприємств в Україні та за кордоном; використання передового досвіду провідних соціальних підприємств, таких як "Urban100" та "Urban500", "Teple Misto", "Pizza Veterano" та інших, створення центрів соціального підприємництва, підготовка відеороликів, медіакампаній, що розповідають про успішні приклади соціального підприємництва, залучення до цього процесу молодих людей, які формують громадську думку, блогерів тощо.

Висновки та рекомендації

Соціальне підприємництво в Україні знаходиться у фазі свого динамічного розвитку. Воно представлене енергійною громадою, мотивованою бажанням внести позитивні зміни у свою громаду чи країну. Однак часто їх здатність

реалізувати ці цілі відстає від їх бажання. Тому додаткове сприяння їх діяльності є надзвичайно важливим.

Програма повинна бути спрямована на подолання кількох основних перешкод. Перша з них, про яку згадують самі соціальні підприємці, - це відсутність доступу до фінансових ресурсів. Для розв'язання цієї проблеми програма повинна працювати в трьох напрямках. Міні-гранти для соціальних підприємств є одним з них, однак, не найважливішим. По-перше, пріоритетним має бути лобіювання прийняття національними та місцевими органами влади фінансових інструментів, вигідних для соціальних підприємств, та, по-друге, навчання соціальних підприємців навичкам ведення бізнесу та управління фінансами, а також надання їм допомоги у розробці належних підходів до адаптації та гнучкості своїх бізнес-моделей.

Ще більш важливим питанням, ніж фінансове, яке має бути вирішене програмою, є підвищення рівня обізнаності та розуміння соціального підприємництва серед національних та місцевих органів влади, а також самих соціальних підприємців. Отже, слід розробити та впровадити комплексні програми навчання, професійної підготовки та просування. Підтримка діалогу між соціальними підприємцями та органами влади є надзвичайно важливою, а також розширення співпраці між соціальними підприємцями, включаючи створення мережі соціальних підприємств.

З дослідження можна зробити один однозначний висновок - попри всі проблеми, потенціал розвитку соціального підприємництва в Україні величезний, але належна допомога в цьому процесі має великий попит. Тому реалізація програми є дуже своєчасною та повинна внести дуже позитивний внесок у зміцнення соціального підприємництва в Україні.

Додаток 1: Відповіді експертів та лідерів соціального підприємництва

1. **Олександр Славський**, співзасновник "Impact Hub Одеса", співзасновник та генеральний директор "Business Incubator Group Ukraine", колишній радник Прем'єр-міністра України з питань підприємництва, зокрема, працював над державною програмою надання кредитів під 5-7-9% для МСП. За його словами, сьогодні сектор соціального підприємництва в

Україні особливо вразливий, перш за все через відсутність доступу до ресурсів. Крім того, дуже мало соціальних підприємств мають стійку бізнес-модель, більшість із них фінансуються донорами. Нарешті, за словами Олександра Славського, соціальне підприємництво відносно добре розвинене в Києві, знаходиться в досить хорошому стані у Львові (завдяки функціонуванню там Українського католицького університету з відповідними програмами), але перебуває в дуже поганому стані в інших регіонах країни. Водночас за його словами, в Одеській області є десятки соціальних підприємств.

Олександр Славський пропонує наступні кроки, які могли б допомогти розвитку соціального підприємництва в Україні - створення доступного доступу до фінансів, надання підтримки на місцевому рівні, наприклад, надання безкоштовних приміщень, проведення масштабних освітніх програм, в тому числі в університетах, створення різних форм співпраці між соціальними підприємствами, включаючи мережу, інкубатори, мотиваційні зустрічі з людьми, які можуть продемонструвати історії успіху, особливо у містах та селах. Мотиваційне відео, яке розповсюджується у соціальних мережах, є ще одним інструментом, який може бути корисним у мобілізації молоді для соціального підприємництва.

Описуючи свій особистий досвід створення соціального підприємництва, Олександр Славський зазначив, що це було дуже складно, зокрема через конкуренцію з неурядовими та благодійними організаціями, які мають набагато більші ресурси. Однак і там, де велику роль зіграли молоді люди, які допомогли створити його соціальне підприємство, позитивну роль в цьому процесі зіграли й люди похилого віку. Наприклад, якщо перші допомагають у створенні вебсайту, то другі відповідають за проведення зустрічей з державними чиновниками. Їхня команда регулярно працювала над вдосконаленням своїх навичок - як молодого, так і старшого покоління. Олександр Славський визначив цифровий маркетинг та цифровізацію загалом як навичку, яка має найбільший попит на вдосконалення. Наприклад, для команди важливо мати можливість самостійно створювати відеоматеріали, оскільки платити за ці послуги іншим компаніям дуже дорого. Олександр Славський визначив навички комунікації та управління бізнесом як другі за важливістю напрямки вдосконалення команд соціальних підприємств. "Impact Hub Одеса" активно спілкується з іншими соціальними підприємствами та приєднується до неформальних альянсів для здійснення своєї діяльності.

Нарешті, за словами Олександра Славського, після кризи COVID-19 соціальні підприємства, ймовірно, значно скоротять свою діяльність. Тому їм потрібно буде

адаптувати свою бізнес-модель до нових реалій. Він навіть запропонував запустити адаптаційний інкубатор / хакатон для бізнес-моделі, щоб допомогти соціальним підприємствам впоратися з кризою.

2. **Василь Назарук**, провідний експерт з соціального підприємництва в Україні, керівник Програми соціальних інвестицій фонду "Western NIS Enterprise Fund", який надає значну допомогу соціальним підприємствам в Україні, зазначив, що кількість соціальних підприємств зростає з двох причин. По-перше, значно зросла кількість програм та курсів із соціального підприємництва, перш за все завдяки діяльності донорів. По-друге, оскільки соціальне підприємництво часто є єдиним розв'язанням певних соціальних проблем в Україні чи деяких громадах. За його словами, роль держави полягає не у створенні перешкод у цьому процесі - якщо держава може допомогти соціальним підприємствам, то вона може це зробити, виправляючи системні проблеми в секторі підприємництва, наприклад, створюючи сприятливі умови для функціонування малого та середнього бізнесу загалом, наприклад, як доступ до фінансування, включаючи вищезазначені кредити на 5-7-9%. Василь Назарук виступає проти затвердження закону, який би створив окрему категорію соціальних підприємств, оскільки це може призвести до зловживання цим статусом. За його словами, соціальне підприємництво має регулюватися ринковим середовищем.

За словами експерта, молодь дуже прогресивна, та зазвичай саме це покоління створює соціальні підприємства. За словами Василя Назарука, системний підхід до освіти, починаючи від пояснень про соціальне підприємництво в школах та запроваджуючи курси на цю тему у вищих навчальних закладах, повинен сприяти залученню молоді до соціального підприємництва. Ще одним позитивним інструментом могла б стати фінансова підтримка стартапів.

Для сприяння соціальному підприємництву в Україні Василь Назарук рекомендує якомога ширше поширювати інформацію про успішні приклади соціального підприємництва в Україні, "кричати" про те, як саме соціальні підприємства допомагають у розв'язанні соціальних проблем. Місцева влада - особливо в контексті реформи децентралізації - повинна тут відігравати ключову роль, оскільки вона отримує вигоду від діяльності соціальних підприємств, однак сьогодні місцева влада часто боїться їх, оскільки вони є дуже активними громадянами.

Василь Назарук оцінює кількість соціальних підприємств в Україні на рівні від 1000 до 2000 підприємств, однак лише до 500 з них мають бізнес-модель, яка дозволяє їм функціонувати без будь-якої іншої допомоги.

За словами експерта, створення мережі соціальних підприємств в Україні було б дуже корисним, однак, її повинні створювати не донори, а на основі підходу знизу вгору з членськими внесками та іншими критеріями самодостатньої та стійкої установи. Деякі регіональні асоціації соціальних підприємств демонструють тут успішний приклад. Нарешті, за словами експерта, існує величезна проблема охоплення соціальних підприємств у сільській місцевості.

- 3. Артем Корнецький**, провідний експерт з соціального підприємництва в Україні, співзасновник та генеральний директор School of ME, автор курсів соціального підприємництва на платформі "Prometheus", зазначив, що нинішня ситуація у сфері соціального підприємництва така ж, як і у сфері малого та середнього бізнесу в цілому - сьогодні важко, епізодичні успішні приклади, але загалом ситуація значно погіршилася. Що стосується ролі держави, Артем Корнецький підтримує ідею встановлення статусу соціальних підприємств у законодавстві України, але не передбачаючи законних пільг, оскільки це може призвести до серйозних зловживань. У зв'язку з цим варто скористатися американським досвідом благодійних корпорацій та програмою сертифікації B Corp, а також будь-якими пільгами, наданими за результатами відповідних процедур. Сертифікація B Corp оцінює загальний позитивний вплив компанії, яка стоїть за нею, та є сертифікацією третьої сторони, якою керує неприбуткова організація B Lab, частково на основі перевірених результатів діяльності компанії за оцінкою її впливу.

Артем Корнецький каже, що молодь є найбільш зацікавленим поколінням соціального підприємництва - це для них набагато привабливіше, ніж просто НУО або просто бізнес. Тут вирішальну роль відіграють два ключові аргументи мотивації - свобода працювати самостійно та патріотизм. Тому слід приділити особливу увагу популяризації соціального підприємництва серед молоді, починаючи зі шкільної освіти.

За словами Артема Корнецького, живий приклад успішного соціального підприємця є найкращим інструментом популяризації соціального підприємництва. Тому особисті презентації таких людей мають велике значення, особливо в містах та селах.

4. **Віталій Бохняк**, старший експерт з розвитку бізнесу Проєкту "Партнерство для місцевого економічного розвитку та демократичного врядування" (PLEDDG), каже, що соціальні підприємства мають проблеми, подібні до проблем інших підприємств, але проблеми першого у два-три рази більші. Він бачить переваги та недоліки законодавчого регулювання соціального підприємництва, але каже, що правильне співробітництво з місцевими органами влади має ключове значення для успішного функціонування соціальних підприємств. На його думку, закон про соціальне підприємництво не дасть позитивного ефекту як такий, але держава повинна створити критерії для визнання соціальних підприємств та запустити програми, такі як дешеві кредити або пільгова плата за оренду приміщень - однак, ці програми повинні бути конкурентоспроможними та запроваджуватися дуже обережно, щоб уникнути зловживань. Крім того, на думку експерта, держава повинна працювати над спрощенням процедур ведення бізнесу в цілому та розв'язувати наявні проблеми з фіскальними установами, оскільки проблеми соціальних підприємств та інших підприємств часто мають однакові корені.

Асоціації соціальних підприємств, включаючи регіональні та галузеві, за словами Віталія Бохняка, як саморегульовані установи були б дуже ефективним інструментом стимулювання їх розвитку, однак тут потрібна достатня кількість соціальних підприємств. Крім того, таке об'єднання може стати майданчиком для звітування соціальних підприємств про свою діяльність.

Молодь, на думку експерта, є ключовим генератором у створенні соціальних підприємств, оскільки допомагає їм у пошуку сенсу своєї діяльності.

Віталій Бохняк не бачив жодної успішної системної кампанії, спрямованої на популяризацію соціального підприємництва в Україні. Такі кампанії могли б бути реалізовані через органи місцевої влади, а також вищезазначені потенційні асоціації за підтримки донорів, оскільки держава не може цього зробити через відсутність регулювання відповідної сфери. Соціальні медіа були б найкращим каналом для передачі повідомлень про соціальне підприємництво, однак офлайн-канали, такі як громадський транспорт та білборди, також важливі. Ці повідомлення не повинні ґрунтуватися на загальному твердженні "Приєднуйтеся до соціального підприємництва!", а повинні бути натомість дуже конкретними, наприклад, описуючи програми підтримки соціального підприємництва, такі як дешеві кредити, або соціальні проблеми, що вирішуються в результаті такої діяльності. Для розробки таких кампаній слід залучити маркетологів. Нарешті,

за словами Віталія Бохняка, серед депутатів має бути проведена відповідна кампанія щодо соціального підприємництва.

5. **Аліна Бочарнікова**, координатор з питань розвитку соціального підприємництва фонду "Агенція розвитку майбутнього", модератор робочої групи з розробки законопроекту про соціальне підприємництво, каже, що в Україні немає системного розвитку соціального підприємництва - ми знаходимося на етапі його епізодичного розвитку - в окремих регіонах або секторах. Соціальне підприємництво популярне переважно у великих містах, проте деякі з них досі не використовують цей інструмент розвитку, тоді як ситуація в регіонах ще гірша через відсутність можливостей для навчання соціальному підприємництву. Серед міст, які продемонстрували успішний розвиток соціального підприємництва, Аліна Бочарнікова назвала Полтаву, Львів, Вінницю, Одесу, Северодонецьк, Харків, Запоріжжя та Білу Церкву.

Експерт виступає за затвердження закону про соціальне підприємництво або змін до чинного законодавства на національному рівні. За її словами, визначення соціальних підприємств має бути затверджене державою для "легалізації" існування соціальних підприємств з можливими пільгами (крім податкових пільг) та субвенціями для окремих категорій соціальних підприємств, Міністерства економічного розвитку та соціальної політики можуть затвердити методологічні рекомендації щодо розвитку соціального підприємництва, тоді як Державна служба статистики могла б вести реєстрацію соціальних підприємств, але надмірне регулювання державою цього сектору може бути лише шкідливим. Це регіональні органи влади, які мають набагато більше повноважень стимулювати розвиток соціального підприємництва. Наприклад, Вінницький муніципалітет нещодавно затвердив "Програму розвитку соціального підприємництва на 2021-23 роки", яка включає перелік критеріїв для соціальних підприємств, фінансові інструменти, податкові та інші пільги.

Аліна Бочарнікова назвала "ENACTUS-Україна" найефективнішою програмою, яка залучає молодь до соціального підприємництва, зокрема, їх системного навчання в університетах з практичними завданнями для студентів. Завдяки проектам ЄС понад 20 університетів в Україні незабаром запровадять курси з соціального підприємництва. Ще однією успішною програмою була названа "[Diamond Challenge for High School Entrepreneurs](#)". Однак, за словами експерта, проблема полягає у відсутності можливостей реалізувати на практиці те, що студенти засвоїли теоретично. Ось чому потрібно більше хакатонів, акселераторів та змагань.

Щодо сприяння соціальному підприємництву, Аліна Бочарнікова згадала проєкт ПРООН Molodiya Festival та відеоролики, присвячені підприємництву, зокрема, вимушених переселенців. Вона каже, що не знає про інші успішні кампанії, але додала, що в цій галузі є багато ідей. За словами експерта, соціальне підприємництво в Україні часто сприймається скептично - тому проблема поганого позиціювання цього поняття повинна бути вирішена. Аліна Бочарнікова рекомендувала провести опитування громадської думки в містах України щодо обізнаності щодо соціального підприємництва, щоб знайти належні шляхи розв'язання цієї проблеми.

Нарешті, за словами Аліни Бочарникової, створення мережі соціального підприємництва було б дуже корисним, та дуже корисним міг би бути приклад деяких іноземних країн, таких як Мережа соціальних підприємств Естонії.

6. **Денис Гурський**, голова правління Social Boost, співзасновник 1991 Civic Tech Center та 1991 Open Data Incubator, абсолютно впевнений, що в Україні є великі перспективи соціального підприємництва, та молодь може бути рушійною силою тут. Цьому є три причини - по-перше, молоде покоління цікавиться соціальним ефектом від своєї діяльності, по-друге, це дуже егоцентрично, молодим людям цікаво, що інші думають про них, та, нарешті, вони хочуть заробляти гроші, але не заради заробітку. Денис Гурський переконався в цьому на власному досвіді соціального підприємництва - з 2012 року зростає кількість молодих людей, які хочуть займатися цим сектором. Цю думку можна підтвердити нашим опитуванням серед соціальних підприємців - більшість респондентів (83%) повідомили, що їх соціальні підприємства були створені за останні п'ять років, а половина респондентів - молодь.

Що стосується державної підтримки розвитку соціального підприємництва, Денис Гурський зазначив, що немає потреби вигадувати щось нове, найкращим способом буде використання американського досвіду благодійних корпорацій. Таким чином, компанія, яка зможе довести, що керується місією, зможе отримати податкові знижки. Як і у будь-якій іншій країні, Україна спостерігатиме спроби зловживання цим статусом, тому слід розробити належні захисні заходи, щоб мінімізувати цей сценарій.

На думку Дениса Гурського, необхідно популяризувати термін "соціальне підприємництво", а також поширювати історії успіху цього сектора серед молодого покоління перш за все через соціальні медіа.

Денис Гурський в рамках своїх соціальних підприємств працював з різними поколіннями та розробив систему, як об'єднати зусилля для досягнення найкращого результату для своїх організацій.

Вибираючи серед навичок, які він вибрав би для вдосконалення для своїх соціальних підприємств, Денис Гурський надав пріоритет "Знанню правових та адміністративних аспектів" та "Навичкам фінансового управління". Навички цифрового маркетингу були менш важливими, коли він засновував соціальні підприємства, але сьогодні їх значення зросло.

Соціальні підприємства Дениса Гурського не проводили жодної конкретної діяльності, спрямованої на об'єднання з іншими підприємствами чи створення спільних мереж, проте цей процес відбувся еволюційно. Він каже, що відповідна програма була б дуже цікавою сьогодні.

Криза COVID-19, за словами Дениса Гурського, безумовно, негативно позначилася на його соціальних підприємствах, але їм вдалося перевести свою діяльність в Інтернет. Тепер вони знають, як реагувати на такі перешкоди, та в майбутньому їм буде легше впоратися з такими викликами. Денис Гурський резюмував, що ця криза продемонструвала потребу в належних навичках управління ризиками для соціальних підприємств.

- 7. Наталія Повтар**, менеджер з реєстрації НГО Українського незалежного центру політичних досліджень, розповіла про свій досвід роботи на правовій та адміністративній стороні, зокрема, соціального підприємництва, оскільки ця форма діяльності часто реалізується через громадські організації. Експерт пояснив нюанси реєстрації громадських об'єднань та благодійних організацій як найпоширеніших форм соціальних підприємств в українському законодавстві. Такі організації мають право здійснювати підприємницьку діяльність, якщо дотримуються певних критеріїв - такі критерії повинні чітко відповідати статусу та цілям організацій, чітко прописаним в їх статутах, а прибуток може використовуватися лише для реалізації цих цілей. Крім того, громадські об'єднання та благодійні організації можуть створювати інші організаційно-правові форми для здійснення своєї підприємницької діяльності, наприклад, ТОВ. Якщо дотримуватись усіх критеріїв, такі організації отримують статус неприбуткових з відповідними податковими пільгами.

Тому, за словами Наталії Повтар, для здійснення соціального підприємництва в Україні є достатні правові підстави, передбачені законодавством - в основному, через громадські об'єднання та благодійні організації, які часто поєднуються із

механізмами приватного підприємництва. Разом з тим, експерт виступає за визначення соціального підприємництва українським законодавством, за створення більшої кількості гарантій для їх діяльності, але без надмірного регулювання цієї сфери законами національного рівня. Зокрема, Наталія Повтар виступає проти введення реєстрів соціальних підприємств, що було б ознакою поліційної держави. Натомість вона рекомендує усунути перешкоди, необхідні для реєстрації громадських об'єднань. Одним із прикладів тут є діяльність регіональних відділень податкової служби, які часто відмовляють у наданні неприбуткового статусу громадським об'єднанням без належних підстав. За словами Наталії Повтар, на центральному рівні фіскальних служб існує досить чітке розуміння цього питання, але коли справа доходить до регіонального рівня, виникає багато проблем. Як результат, багато громадських об'єднань бояться вести підприємницьку діяльність, бо бояться проблем з фіскальними установами.

Саме тому, на думку експерта, популяризація соціального підприємництва повинна включати відповідні програми для чиновників фіскальних служб, особливо в регіонах.

8. -9. **Марія Захарченко**, координатор проєкту "Соціальне підприємництво як інноваційний механізм розв'язання питань соціального розвитку" Фонду Східна Європа та **Ольга Шаварова**, менеджер програм Фонду Східної Європи, підтвердили стурбованість тим, що законодавче регулювання, включаючи надання пільг, може обмежити та завдати шкоди розвитку соціального підприємництва, однак, це необхідно для правильного визначення соціальних підприємств. За словами експертів, сьогодні в Україні існує близько 1000 соціальних підприємств, але ця кількість може зрости після введення відповідного законодавства. Держава зробила деякі кроки, спрямовані на сприяння розвитку соціального підприємництва, наприклад, Міністерство економічного розвитку включило цей сектор в число пріоритетних напрямків своєї політики в рамках розвитку МСП. Отже, Марія Захарченко та Ольга Шаварова дійшли висновку, що держава повинна підтримувати мале та середнє підприємництво загалом та робити в цих програмах особливий акцент на соціальному підприємстві.

Експерти зазначили, що раніше соціальне підприємництво в Україні розроблялося навколо таких тем, як навколишнє середовище (особливо серед молодого покоління) та допомога людям з обмеженими можливостями або людям похилого віку, але з 2016-2017 років країна спостерігала значний підйом розвитку соціального підприємництва після того, як до цього процесу приєднуються багато ветеранів війни та вимушених переселенців.

За словами експертів, станом на сьогодні в Україні існує багато соціальних підприємств, в основному, завдяки допомозі донорів, у багатьох з них бракує бізнес-освіти, навичок фінансового управління та інноваційних механізмів, тому ці сфери потребують значного вдосконалення. В умовах кризи COVID-19 багатьом соціальним підприємствам вдалося перевести свою діяльність в Інтернет, проте навички цифровізації залишаються ще однією сферою, що вимагає вдосконалення.

Поширення успішних прикладів та проведення зустрічей з соціальними підприємцями, на думку експертів, є найкращим способом популяризації соціального підприємництва. Інформація про цю тему повинна поширюватися по багатьох різних каналах - від телебачення до великих молодіжних заходів.

Інші ефективні шляхи підтримки розвитку соціального підприємництва, на думку Марії Захарченко та Ольги Шаварової, включають обмінні поїздки по Україні, навчальні поїздки за кордон та навчальні поїздки для іноземних соціальних підприємств в Україну (молодь особливо надихає спілкування один з одним), а також національні конкуренція, така як Diamond Challenge - провідний світовий конкурс підприємництва для старшокласників, який проводиться в Україні протягом останніх кількох років.

10. **Ірина Соловей**, меценат Veterano Brownie, соціальний інвестор в Urban Space 500, стратег City Code, співзасновник/продюсер Спільнокошт - колективне фінансування проєктів; Співзасновник/Продюсер Big Idea, Співзасновник/Президент Garage Gang заявила, що більшість соціальних підприємств в Україні не дотримуються основної формули соціального підприємництва - "кожна продаж є впливом". Держава зможе регулювати цей сектор тільки після того, як будуть правильно встановлені відповідні соціальні норми та спроби держави втрутитися в цей процес до того, як це може створити загрозу для розвитку соціального підприємництва. Цей рівень може бути досягнутий швидше на місцевому рівні, тому варто працювати з місцевими органами влади для сприяння розвитку соціального підприємництва. До того, на думку Ірини Соловей, закон про соціальне підприємництво створює загрозу для соціальних підприємств, оскільки вони, як і будь-які інші підприємства, повинні триматися якомога далі від бюджетної сфери та розвивати свої навички лише на ринкових принципах. Так було під час кризи COVID-19 - коли соціальні підприємства з дієвою бізнес-моделлю зуміли адаптуватися до нових умов.

Експерт каже, що, хоча вже існує розуміння важливості ролі підприємця в громадах, культуру підприємництва ще слід розвивати. Вона спостерігала

зростання соціального підприємництва у 2012-2014 роках, але зараз ця тенденція знизилася. До того ж за її особистими спостереженнями, більшість соціальних підприємств не навчилися говорити про складнощі та справлятися з ними.

Ще однією проблемою соціального підприємництва, за словами Ірини Соловей, є відсутність аналітичних ресурсів, тому створення муніципальних аналітичних центрів, які працюють над рішеннями та рекомендаціями для соціальних підприємств, було б дуже корисним для цього сектору. Експерт також рекомендував навчати соціальні підприємства маркетинговим стратегіям, формувати навколо них громади та використовувати інструмент краудфандингу для підтримки розвитку соціального підприємництва, особливо на початкових етапах тестування продукції.

Ірина Соловей каже, що є великий потенціал у залученні молоді до соціального підприємництва завдяки великій зацікавленості цього покоління у самореалізації та навіть вимогою боротися з несправедливістю. У зв'язку з цим молоді слід навчити загальних навичок, необхідних для соціального підприємництва, таких як стійкість, участь у кіберпросторі, синтез даних, транскультура тощо, замість вузьких спеціальних навичок.

11. **Тарас Яценко**, засновник та директор Львівського інформаційного центру "[Твоє місто](#)", розповів про свій багатий досвід співпраці із соціальними підприємствами, зокрема, їх популяризації. Один з недавніх випадків був, коли місцеве соціальне підприємство через карантин зіткнулось із серйозними труднощами та закрило свою діяльність. Вони попросили "Твоє місто" допомогти їм, а ЗМІ опублікували [статтю](#) про це соціальне підприємство, що призвело до численних поглядів та значної підтримки аудиторії, яка допомогла цьому соціальному підприємству подолати труднощі. Крім того, "Твоє місто" має досвід системної співпраці щодо сприяння соціальному підприємству, зокрема, вони працюють із Львівською міською радою над розробкою відеороликів на цю тему.

За словами Тараса Яценка, наявні соціальні підприємства надзвичайно потребують PR-підтримки, зокрема для продажу своєї продукції. Крім того, з досвіду співпраці із соціальними підприємствами, Тарас Яценко зазначає, що їм потрібна кураторська підтримка у запуску та проведенні своєї діяльності.

12. **Олександр Санченко**, депутат від фракції "Слуга народу", який мав власне соціальне підприємство, зараз є співавтором законопроекту про соціальне підприємство. Водночас він погоджується, що цей

законопроект повинен бути розроблений самими соціальними підприємцями, а майбутнє законодавство має бути лише частиною ширшої картини в цій галузі.

За словами Олександра Санченка, соціальне підприємництво в Україні - це крик душі - люди звертаються до цього інструменту, коли втрачають надію на інші способи розв'язання соціальної проблеми. За його словами, молодь набагато активніше займається соціальним підприємництвом, оскільки це часто є ризикованою діяльністю, а молоде покоління більш схильне до ризику в порівнянні зі старшим.

Депутат каже, що існує достатня кількість освітніх програм із соціального підприємництва, проблема полягає швидше у розширенні їхньої діяльності. Крім того, освітні програми повинні бути адаптовані до конкретних потреб соціальних підприємств - наприклад, НУО або благодійні організації, які вирішили створити соціальне підприємство, повинні навчатися бізнес-планування, тоді як звичайним підприємцям, які переходять на соціальне підприємництво, повинні бути запропоновані курси за змістом їх діяльності. Той самий підхід слід використовувати для популяризації соціального підприємництва - перш за все, слід працювати над правильною адресацією при запуску таких програм - будь то для молоді, ВПО, ветеранів тощо. Кращими каналами поширення цієї інформації були б соціальні мережі. На думку парламентарія, особливу увагу слід приділити тим людям, які ніколи раніше не займалися соціальним підприємництвом. Іншими формами популяризації соціального підприємництва можуть бути конкурси та подання представників торгових марок.

На закінчення Олександр Санченко зазначив, що вже докладено зусиль для створення Асоціації соціальних підприємств, яка об'єднує соціальні підприємства різних організаційно-правових форм, та будь-яка допомога в інституціональному забезпеченні буде вітатися.

13. **Дмитро Гаврилюк**, координатор проекту міжнародного партнерства "Соціальне підприємництво - досягнення соціальних змін за ініціативою "знизу" та координатор ресурсу socialbusiness.in.ua, має багатий досвід співпраці із соціальними підприємствами як представник відповідних проєктів, в тому числі фінансованих ЄС та у партнерстві з іншими країнами, включаючи Литву та Латвію, та такими організаціями, як Український благодійний фонд, Фонд професійного розвитку, CIVITA та інші.

Дмитро Гаврилюк сказав про деякі психологічні перешкоди для зайняття соціальним підприємництвом, оскільки сприйняття бізнесу в цілому часто має дуже негативне сприйняття (ймовірно, як частина радянської спадщини). Одним із прикладів, який він представив, була спроба одного соціального підприємства залучити людей з обмеженими можливостями до роботи у своєму бізнесі. Однак це соціальне підприємство часто отримувало відмови, оскільки боялось втратити соціальну допомогу для людей з обмеженими можливостями, хоча розмір такої допомоги був значно нижчим за винагороду, яку пропонувало підприємство.

Хоча молоді люди, як правило, серед найбільш активних людей, які займаються соціальним підприємництвом, Дмитро Гаврилюк часто був здивований тим, що багато людей похилого віку активно працюють у цьому секторі.

На думку експерта, особливий акцент в підтримці соціального підприємництва повинен бути зроблений на місцевому рівні - співпраця з місцевими органами влади (в тому числі освітні програми для них), організація хакатонів для місцевих активістів та бізнесу, презентація соціального підприємництва на місцевих фестивалях тощо.

Найкращий спосіб популяризації соціального підприємництва повинен базуватися за словами експерта з системи вищої освіти, зокрема, запроваджуючи спеціальні університетські курси, що передбачають навчання як професорів, так і підприємців-практиків. Ключовим завданням такої освіти було б донести повідомлення про те, що започаткування соціального підприємництва в Україні є реалістичним завданням. Крім того, також було б дуже корисно організувати в школі такі заходи, як майстер-класи чи відвідування соціальних підприємств.

Говорячи про потенційний закон про соціальне підприємництво, Дмитро Гаврилюк каже, що це дуже спірне питання - на його думку, введення критеріїв ідентифікації соціальних підприємств є важливим, але слід уникати занадто глибокого регулювання цього сектору. Він посилався на приклад Латвії, яка має такий закон, але багато соціальних підприємців там ним не задоволені. Якщо потрібно запровадити якісь пільги, вони повинні бути обмежені та базуватися на конкурентній основі, щоб соціальні підприємства стали конкурентоспроможними та соціально відповідальними. Він додав, що національні органи влади повинні використовувати досвід регіональних органів влади, багато з яких вже запровадили програми підтримки соціального підприємництва. Тому для найкращого ефекту слід належним чином поєднати три фактори - потреби місцевих органів влади, можливості соціальних підприємств та фінансові можливості країни.

14. **Костянтин Євтушенко**, керуючий партнер UNIT.City, схарактеризував свою організацію не як соціальне підприємство, а як бізнес, перед яким стоїть завдання перетворення суспільства, доходи якого вкладаються в дію. Попри розбіжності в термінах, ми погодилися з тим, що UNIT.City відбиває природу соціального підприємництва - хоча його засновники створили його як бізнес, він чітко керується цілями соціальної місії. Перш ніж реалізувати ідею, їх команда подорожувала по всьому світу - до Кремнієвої долини США, Ізраїлю, Південної Кореї та багатьох країн Європи. Хоча за кордоном інноваційна діяльність майже повністю підтримується державами, це не стосується України, тому для досягнення своїх цілей їм довелося розпочати бізнес. Вони почали зі створення якірної школи за власні кошти, а сьогодні мають величезний інноваційний парк з об'єктами в Києві, Львові та Харкові та працюють над відкриттям кампусів в інших регіонах України.

За словами Костянтина Євтушенко, легше перерахувати, з якими перешкодами вони не стикалися в ході свого становлення, ніж проблеми, з якими вони зіткнулися. Доступ до дешевих грошей був одним з ключових перешкод. Однак, за словами Костянтина Євтушенко, людський потенціал або таланти були ключовим ресурсом для їх діяльності. Зокрема, вони доклали великих зусиль до об'єднання талантів інженерії та підприємництва.

Для залучення молоді до соціального підприємництва Костянтин Євтушенко рекомендує почати з того, щоб дати їм уявлення про те, що таке підприємництво, ввести його як навчальну дисципліну у вищих навчальних закладах та навіть у старших класах. UNIT.City вже підписав Меморандум з Міністерством освіти та науки України щодо надання їх рекомендацій у цій галузі. Завдання держави, за словами Костянтина Євтушенко, полягає у формуванні державної політики та залучення бізнесу для перевірки цієї політики. Крім того, Україні слід засвоїти та впровадити досвід Ізраїлю в підтримці МСП. Нарешті, держава повинна забезпечити деякі базові підстави для розвитку підприємництва - в першу чергу, незалежну та справедливу судову систему.

15. **Галина Васильченко**, народний депутат, Член Комітету Верховної Ради з питань фінансів, податкової та митної політики, має досвід роботи з підприємцями, в тому числі соціальними, зараз (вона була одним зі співавторів законодавства щодо приватних підприємців), а також на своїй попередній посаді у Львівській міській раді. За словами Галини Васильченко, існує багато законодавчих стимулів, які можуть бути використані соціальними підприємцями (наприклад, звільнення від сплати соціальних внесків для працевлаштованих осіб з обмеженими

можливостями), проте на національному рівні необхідно затвердити більше механізмів.

На думку Галини Васильченко, найкращим способом популяризації соціального підприємництва є поширення інформації про позитивні випадки у цій галузі. Кращими каналами для цього є соціальні мережі, а також різні заходи, що організуються на місцевому рівні, такі як фестивалі. Ще одна успішна справа, про яку розповідала колишня чиновниця Львівської міської ради, - коли її муніципалітет друкував для громадськості брошури з інструкціями щодо створення власного бізнесу, які стали дуже популярними в місті.

На закінчення, Галина Васильченко погодилася з тим, що для розвитку соціального підприємництва в Україні є надзвичайно важливим мережевий підхід, що дозволяє ділитися як досвідом, так і помилками між підприємцями.

16. Вікторія Довжик, радник міського голови Львова, депутат Львівської міської ради, має багатий досвід роботи з соціальними підприємцями на муніципальному рівні, назвавши її тією нішею, яка продемонструвала останнім часом активний розвиток. Львівська міська рада вже включила соціальне підприємництво до своєї Програми підтримки підприємництва. Крім того, вони працюють над створенням мережі соціальних підприємств.

За словами Вікторії Довжик, загальною проблемою соціальних підприємств є відсутність досвіду та відсутність впізнаваності, що знижує їх можливості збуту, тому муніципалітет сприяв поширенню інформації про них. Зокрема, вона згадала про виробництво відеороликів, що просувають соціальне підприємництво, спільно з інформаційним центром "Твоє Місто". Молодь повинна бути серед спеціальних цільових аудиторій в діяльності, спрямованій на популяризацію соціального підприємництва - за її словами, молодь повинна про це чути, бачити та розуміти. Більш конкретно, такі зусилля можуть включати широке поширення історій успіху, а також запрошення молодих людей провести один день, працюючи на соціальному підприємстві. Крім того, місто протягом трьох років працювало зі школами над поширенням інформації про підприємництво. Вікторія Довжик каже, що, хоча школярі не сприймають цю інформацію всебічно, важливо посіяти ці ідеї в їх головах.

Крім того, їх підтримка соціальних підприємств включає безкоштовну оренду комунальних приміщень та місць на ярмарках для таких організацій. За її словами, оскільки немає належних критеріїв соціального підприємництва, місцева влада повинна найкраще знати, хто справді заслуговує на такий статус, та повинна взяти на себе відповідальність за їх підтримку. Таким чином,

Львівська міська влада створює комісії, які стежать за діяльністю потенційно соціальних підприємств та вирішують, чи слід їм надавати якісь пільги. Однак така діяльність часто призводила до проблем для цих чиновників - наприклад, нещодавно було порушено кримінальну справу стосовно одного з чиновників Львівської міської ради, зокрема, за надання безоплатної оренди приміщень одному із соціальних підприємств. Тому Вікторія Довжик виступає за прийняття закону з чіткими критеріями соціального підприємництва, але з жорстким контролем за виконанням цього закону.



Фінансується в рамках програми
Європейського Союзу EU4Youth

