

В. Смаль, В. Кокоть

# ЩО СЛІД ЗНАТИ ПРО СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Посібник



**Посібник «Що слід знати про соціальне підприємництво»** підготовлено в рамках діяльності Проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС), який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів (ФКМ) за фінансової підтримки Міністерства міжнародних справ Канади.

**Автори:** Валентина Смаль, консультант Проекту ПРОМІС, доктор географічних наук  
Валерій Кокоть, головний експерт із розвитку бізнесу Проекту ПРОМІС

**Упорядник:** Олександр Кучеренко, директор Проекту ПРОМІС

Зміст посібника «Що слід знати про соціальне підприємництво» є виключно думкою авторів та не обов'язково відображає офіційну позицію Міністерства міжнародних справ Канади.

Будь-яку частину посібника «Що слід знати про соціальне підприємництво» не може бути відтворено або використано жодним способом без відповідного посилання на першоджерело та Проект ПРОМІС.

Повне відтворення тексту посібника в будь-якій формі є можливим лише з письмової згоди Проекту ПРОМІС.

Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС) спрямовано на зміцнення муніципального сектору в Україні, впровадження ефективного демократичного управління та прискорення економічного розвитку шляхом: підвищення спроможності українських міст у сфері демократизації врядування та місцевого економічного розвитку; створення сприятливого середовища для розвитку малого та середнього бізнесу; підтримки процесу децентралізації та інтегрованого планування розвитку на місцевому, регіональному та національному рівнях. Проект ПРОМІС впроваджується з квітня 2015 року до грудня 2020 року. Партнери: Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Асоціація міст України, обласні ради та обласні державні адміністрації чотирьох визначених областей (Вінницька, Запорізька, Івано-Франківська, Полтавська області) та 16 міст-партнерів.

# ЩО СЛІД ЗНАТИ ПРО СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО



Посібник

Київ, 2017 рік



Бажання заробляти – це хороший стимул. Але бажання зробити інших людей щасливими – це супер-стимул. Я закликаю вас спробувати це бажання на смак. Я спробував і вирішив, що це дуже захоплююче заняття – більш захоплююче, ніж просто заробляти гроші.

Мохаммад Юнус

#### Умовні позначки:



– дефініція, визначення



– успішний досвід, приклади соціальних підприємств

# Зміст

РОЗДІЛ 1. ЩО ТАКЕ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО? .....	4
РОЗДІЛ 2. З ІСТОРІЇ ВИНИКНЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....	6
РОЗДІЛ 3. ЧИМ ОСОБЛИВИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ПІДПРИЄМЕЦЬ? .....	8
РОЗДІЛ 4. У ЧОМУ ПОЛЯГАЄ ВІДМІННІСТЬ? .....	11
4.1. Між соціальним та комерційним підприємництвом .....	11
4.2. Між соціальним підприємництвом та урядовими ініціативами .....	12
4.3. Між соціальним підприємництвом та громадською діяльністю .....	12
РОЗДІЛ 5. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	13
5.1. Із досвіду Європейського Союзу .....	13
5.2. Формування організаційно-правових моделей соціального підприємництва в Україні .....	16
РОЗДІЛ 6. ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	18
РОЗДІЛ 7. ДЕ НАВЧАЮТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА? .....	20
РОЗДІЛ 8. ПЕРЕШКОДИ ТА ТРУДНОЩІ В РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....	22
РОЗДІЛ 9. ЗАХОДИ ДЛЯ ПІДТРИМКИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....	23
РОЗДІЛ 10. З ІНОЗЕМНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....	26
РОЗДІЛ 11. ПРИКЛАДИ УКРАЇНСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	32
Платформа «Тепле Місто» .....	32
Соціальна пекарня «Горіховий дім» .....	34
Львівська міська громадська організація «Туристсько-спортивний клуб «Манівці» .....	36
Піцерія «Pizza Veterano» .....	38
Благодійний магазин «Ласка» (Laska Charity Store) .....	39
Перше Антикафе Бердянська «Час Є!» .....	41
Соціальне підприємство «Городина» .....	42
Соціальне підприємство «Рукомисли» .....	42
Вінницький міжрегіональний центр професійної реабілітації інвалідів «Поділля» .....	43
Громадська спілка «Соціальне підприємство «Навчально-виробничий центр» (м. Полтава) .....	45
Громадська організація «Майстерня мрії» .....	46
Соціальний магазин «Місток» .....	46
Парк князів Сангушків .....	47
Соціальне підприємство «Миті» .....	48
Спільнота взаємодопомоги «Емаус-Оселя» .....	49
Благодійна організація «Регіональний центр соціальної адаптації» .....	50
Соціальний проєкт «Собачі вбиральні». Торгова марка «ЛавГав» .....	51
ДОДАТОК 1. ПРИКЛАДИ НАВЧАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ОКРЕМИХ УНІВЕРСИТЕТАХ СВІТУ .....	53

# 1

## ЩО ТАКЕ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО?

Для багатьох людей, навіть тих, хто займається підприємництвом чи працює в галузі освіти, поняття «соціальне підприємництво» (СП) є малознайомим або незрозумілим. Американська дослідниця Рут Шапіро (Ruth Shapiro) провела, як вона сама зазначає, «абсолютно ненаукове дослідження», запитавши 8 осіб на Юніверсіті-авеню в Пало-Альто (Каліфорнія, США), чи знають вони, що таке «соціальне підприємництво». Шестеро опитаних вважало, що це – щось пов'язане з веденням бізнесу в соціальних мережах, двоє інших згадали про мікрофінансування<sup>1</sup>.

Одна з авторів цього посібника вирішила повторити експеримент і попросила колег, які викладають різні дисципліни (географію, літературу, математику, музику, психологію, філософію, фізкультуру) у Ніжинському державному університеті імені Миколи Гоголя, швидко сказати, що вони розуміють під «соціальним підприємництвом». Серед спонтанних відповідей були такі: «це – певні справи, спрямовані на благо соціуму», «це, наприклад, створити хоспіс», «справа, що принесе матеріальну вигоду та водночас допоможе суспільству», «щось таке, що межує з благодійністю, але не благодійність; радше – згуртування громадських сил для вирішення проблем», «діяльність, що пов'язана з наданням послуг населенню», «діяльність, спрямована на задоволення базових соціальних потреб» тощо. Відповіді опитаних переконали у справедливості слів Джейсона Хейбера (Jason Haber), який у своїй новій книзі пише: «Спитайте у трьох людей – і отримаєте три різних визначення СП»<sup>2</sup>.

Категорія «соціальне підприємництво» часто використовується в дуже широкому сенсі та щодо різноманітного спектру ініціатив. Для багатьох соціальне підприємництво асоціюється лише з діяльністю неприбуткових організацій, які розпочали комерційну діяльність, заробляючи кошти для реалізації своїх цілей. Інші вживають цей вислів для означення будь-кого, хто започаткував неприбуткову організацію. Часто цим поняттям послуговуються під час опису власників бізнесу, які інтегрують соціальну відповідальність у свою бізнесову діяльність.

Немає єдиного погляду на соціальне підприємництво і серед дослідників. Незважаючи на те, що на тему соціального підприємництва в останні роки з'являється чимало наукових, науково-практичних, популярних праць, єдиного загально визнаного визначення не існує. Зазвичай автори наводять низку найбільш вдалих, на їхню думку, формулювань або ж, навпаки, обмежуються короткою дефініцією, а основну увагу зосереджують на описі конкретного досвіду. Добірка окремих визначень пропонується і в цій роботі нижче. Якщо ж спробувати дати коротке визначення поняттю «соціальне підприємництво», яке було б зрозумілим і для непідготовленого читача, то це може бути щось на зразок: «соціальне підприємництво – це застосування передових практик традиційного підприємництва для вирішення соціальних проблем та досягнення сталих соціальних змін».

Пояснити кількома словами таку багатогранну сферу людської діяльності, як соціальне підприємництво та увесь спектр його трактувань, – досить складно. Напевно, саме тому одне з найбільш цитованих тлумачень «соціального підприємництва» є водночас і найбільш розлогим. Його автором є Грегори Діз (Gregori Dees), якого часто називають «батьком» науки про соціальне підприємництво. Він виділив п'ять ознак, що визначають соціальне підприємництво:

- 1) взяття на себе місії створення та підтримки соціальної цінності (а не лише цінності для індивідуума);
- 2) безперервний пошук та використання нових можливостей для служіння обраній місії;
- 3) участь у процесі творення інновацій, адаптації та навчання;
- 4) рішучість дій, активність і масштаби яких не повинні обмежуватися наявними ресурсами;
- 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Ruth Shapiro. What Exactly Is Social Entrepreneurship in America? // Stanford Social Innovation Review. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ssir.org/articles/entry/what\\_exactly\\_is\\_social\\_entrepreneurship\\_in\\_america](http://ssir.org/articles/entry/what_exactly_is_social_entrepreneurship_in_america)

<sup>2</sup> Jason Haber. The business of good. Social entrepreneurship and the new bottom line. – Entrepreneur Press, 2016. – С. 12.

<sup>3</sup> Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf) – С. 4.



## ОКРЕМІ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Борнштейн Д. (Bornstein D.) і  
Девіс С. (Davis S.)<sup>4</sup>

*Соціальне підприємництво передбачає процес, за допомогою якого громадяни створюють або трансформують установи для вирішення таких соціальних проблем, як бідність, неграмотність, деградація довкілля, порушення прав людини, корупція, з метою покращення життя багатьох людей.*

Мейр Дж. (Mair J.) і  
Марті І. (Marty I.)<sup>5</sup>

*Соціальне підприємництво – широкий процес, який включає в себе комбінацію ресурсів для створення можливостей прискорення соціальних змін та/або задоволення соціальних потреб.*

*Соціальне підприємництво – інноваційна модель надання продуктів та послуг, спрямованих на задоволення базових потреб (прав), що залишилися поза увагою політичних та економічних інституцій.*

Остін Дж. (Austin J.), Стефенсон Г., (Stephenson H.), Вей-Скіллерн Дж. (Wei-Skillern J.)<sup>6</sup>

*Соціальне підприємництво – це інноваційна діяльність, орієнтована на створення соціальної вартості, яку можуть провадити неприбуткові, прибуткові організації та урядові установи.*

Джонсон (Johnson)<sup>7</sup>

*Соціальне підприємництво з'явилося в результаті інноваційного підходу до вирішення складних соціальних проблем. Соціальне підприємництво, основним завданням якого є вирішення соціальних проблем через інновації, стирає традиційні межі між державним, приватним та неприбутковим секторами і використовує підходи, що поєднують комерційні та неприбуткові бізнес-моделі.*

Ніколс А. (Nichols A.)<sup>8</sup>

*Соціальне підприємництво працює над інноваціями, які покликані покращити загальний рівень життя, і виникає на основі організацій, що ініціюють, впроваджують та сприяють позитивним змінам у суспільстві.*

Відсутність точного визначення непокоїть експертів: «Ми стверджуємо, що на сьогодні визначення «соціального підприємництва» практично немає. Як наслідок, поняття «соціальне підприємництво» стало настільки ємним (надмірно «інклюзивним»), що тепер його можна застосовувати до всіх різновидів суспільно корисної діяльності. <...> Соціальне підприємництво є привабливою конструкцією саме тому, що його перспективи – дуже значні. І якщо ці перспективи не стануть реальністю (через те, що визначення терміна охоплює занадто багато «непідприємницьких» ініціатив), то тоді репутацію соціального підприємництва буде підірвано, а ідею справжнього соціального підприємництва – втрачено. Ми вважаємо, що для запобігання цій загрозі слід сформулювати більш точне визначення, яке дасть нам змогу встановлювати ступінь причетності до соціального підприємництва того чи іншого виду діяльності»<sup>9</sup>.

Саме тому соціальне підприємництво заслуговує на серйозну увагу з боку дослідників, практиків, урядовців та всіх зацікавлених сторін.

<sup>4</sup> Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know? – Oxford University Press. Kindle Edition, 2010. – С. 1.

<sup>5</sup> Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // Journal of World Business. – 2006. – Vol. 41, С. 36–44.

<sup>6</sup> Austin J. E., Stevenson H. Wei-Skillern. Social and commercial entrepreneurship: The same, different or both? // Entrepreneurship Theory and Practice. – 2006. – Vol. 30(1), С. 1–22.

<sup>7</sup> Johnson, Social Responsibility in Action. – 2000.

<sup>8</sup> Nicholls A. (2006). Playing the field: A new approach to the meaning of social entrepreneurship // Social Enterprise Journal. – 2006. – Vol. 2(1), С. 1–5.

<sup>9</sup> Roger L. Martin, Sally Osberg. Social Entrepreneurship: The Case for Definition // Stanford Social Innovation Review / spring. – 2006. – Vol. 41, С. 36–44.

# 2

## З ІСТОРІЇ ВИНИКНЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Незважаючи на те, що терміни «соціальне підприємництво», «соціальний підприємець» в активному вжитку з'явилися лише кілька десятиліть тому, саме явище має значно тривалішу історію. На думку Г. Діза, соціальні підприємці, можливо, були завжди, хоча їх ніхто так не називав.

У минулому таких людей називали фантазерами, благодійниками, реформаторами, святыми, великими лідерами, говорили про їхню мужність, милосердя, але рідко звертали увагу на практичні аспекти їхніх досягнень: «Люди можуть знати про моральне вчення святого Франциска, але не про те, як францисканці створили свою систему богословської освіти, породивши цілу плеяду мислителів Середньовіччя і Ренесансу»<sup>10</sup>.

На Заході діти у школах дізнаються, що Флоренс Найтінгейл (Florence Nightingale) доглядала за пораненими в госпіталі, але не про те, що вона створила першу у Великобританії професійну школу для медсестер і розробила прогресивні стандарти роботи медсестер. А випускниці цієї школи створювали аналогічні установи при інших лікарнях та сприяли поширенню нових стандартів роботи.

Провісником сучасного соціального підприємництва американські дослідники вважають громадську самоорганізацію, яка має давню історію та традиції в США. З часу формування країни для вирішення певних соціальних проблем створювалися різного типу організації самопомоги і благодійності. Справжній сплеск творчої громадянської активності відбувся в період між 1880 і 1920 роками, коли США швидко трансформувались із сукупності невеликих, самодостатніх господарств і середніх міст в індустріалізоване суспільство споживачів. Мільйони зовнішніх і внутрішніх мігрантів наводнили міста, які не були готовими прийняти таку кількість жителів, – типове явище сучасного життя багатьох країн, що розвиваються.

Нові мешканці міста повинні були навчитись боротися за свої права, за поліпшення умов життя в нетрях та умов праці на заводах. Це був період появи великої кількості різноманітних організацій: the Salvation Army, the Urban League, the Lions Clubs, the Boy and Girl Scouts, Goodwill Industries, the PTA, the NAACP, Hull House, Rotary International, the YWCA, the League of Women Voters, багатьох профспілок тощо<sup>11</sup>.

Саме в цей період – період Прогресивного століття – освічені меценати почали експериментувати з «науковою добрідійністю», метою якої були виявлення і трансформація чинників, що призводять до бідності, а не лише поліпшення умов для бідних та полегшення совісті багатих.

Серед перших організацій, що формували соціальне життя громад, були: церковні спільноти, фермерські організації, торгові асоціації, професійні товариства, громадські та молодіжні організації, братства, таємні товариства або ордени, етнічні групи тощо.

Ще в 1830-ті роки французький суспільствознавець Алексіс де Токвіль писав, що американці, здавалося, мали унікальну схильність до створення асоціацій. Майже з моменту створення нації громадяни США самоорганізовувалися для вирішення проблем. Варто зауважити, що США мали для такого сплеску соціальної активності й законодавчі передумови. Поправка X (1791 р.) оголосила, що повноваження, не надані прямо уряду США і не заборонені штатам, залишаються «за штатами або за народом». Тому саме штати починали виконувати соціальні програми, а громадяни – започатковувати соціальні ініціативи.

Якщо шукати кореляцію між створенням громадських організацій (ГО) і розвитком соціального підприємства, то можна зазначити, що в останні два десятиліття минулого століття сформувалися всі передумови для такої залежності. Якраз у цей період відбулося вибухове зростання некомерційних організацій. Якщо до початку 1980-х їх число в усьому світі не перевищувало 100 тисяч, і переважну кількість було зареєстровано в США, то до кінця 1990-х їх нараховувалися мільйони. І хоча США продовжували бути основним центром громадянської активності, в інших країнах також значно зросла чисельність громадських утворень.

<sup>10</sup> Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know? – Oxford University Press. Kindle Edition, 2010. – С. 6.

<sup>11</sup> Там само.



Це відбувалось у країнах різного типу та в різних регіонах світу. Наприклад, у Франції упродовж 1990-х років щороку утворювалося близько 70 тисяч громадських організацій, що вчетверо більше, ніж у 1960-х роках. У Канаді між 1987 та 2002 рр. їх число зросло більш ніж на 50 %, досягнувши 200 тисяч. У країнах Центральної Європи за 1988–1995 рр. започаткувало діяльність близько 100 тисяч громадських організацій. У Бразилії в 1990-х роках число зареєстрованих ГО збільшилося з 250 тисяч до 400 тисяч, у США за 1989–1998 рр. – із 464 тисяч до 734 тисяч<sup>12</sup>.

У результаті, поруч із державним та приватним секторами, виник новий багатомільярдний сектор економіки – громадський, або, як його часто називають, третій сектор. У США його посиленню сприяла політика «нового федералізму», ініційована адміністрацією Рейгана в середині 1980-х років, що мала на меті зменшення розміру федерального уряду і скорочення його бюджету. Відповідальність за низку соціальних послуг було перекладено на регіони. Це, а також втрата джерел фінансування багатьма організаціями, що змушені були шукати заробітку, призвело до виникнення феномену соціального підприємництва в його сучасному вигляді. Соціальне підприємництво як практична діяльність, що поєднує процес отримання економічної та соціальної вигоди, стало активно себе проявляти в цей період.

Як приклад можна навести таку широковідому організацію, як банк «Гремін» (Grameen Bank), заснований у 1983 р. професором Мухаммадом Юнусом (Muhammad Yunus) для викорінення бідності та підтримки бідних жінок у Бангладеші<sup>13</sup>. За свою діяльність М. Юнус став у 2006 р. лауреатом Нобелівської премії миру. У 1980 р. Білом Дрейтоном (Bill Drayton) було засновано фонд «Ашока» (Ashoka), що підтримує соціально-підприємницькі ініціативи у всьому світі<sup>14</sup>. Приклади найбільш відомих іноземних соціальних підприємств можна знайти в десятому розділі цієї роботи.

<sup>12</sup> Bornstein D. How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. – Oxford University Press. Updated edition, 2007. – 368 с.

<sup>13</sup> <http://www.grameen-info.org>

<sup>14</sup> <http://www.ashoka.org>

# 3

## ЧИМ ОСОБЛИВИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ПІДПРИЄМЕЦЬ?

Термін «соціальний підприємець» з'явився в обігу в середині 1990-х років переважно завдяки американським фондам та організаціям і використовувався щодо підприємців, які знаходять нові способи реагування на соціальні проблеми. Такі організації, як фундація Ашока, усіяко підтримують людей, що започатковують справу, спрямовану на вирішення певної соціальної проблеми, і при цьому поводяться як справжні підприємці з погляду динамічності, особистої участі та інноваційної практики. Варто зауважити, що в Європі наголос робиться на колективному характері соціального підприємництва, а також на його асоціативній або кооперативній формі, хоча роль особистості соціального підприємця також визнається.

На думку відомого економіста Йозефа Шумпетера, соціальні підприємці – це реформатори і революціонери, які виконують соціальну місію. Г. Діз у своїй праці «The Meaning of Social Entrepreneurship» далі розвиває цю думку: «Вони здійснюють докорінні перетворення і змінюють порядок речей у соціальній сфері задля вирішення нагальних проблем. Вони атакують проблему, а не просто констатують факт її наявності чи лікують симптоми. Вони прагнуть системних змін і сталого поліпшення. Хоча вони можуть діяти локально, проте їхні дії мають потенціал для стимулювання глобальних поліпшень в обраній ними сфері, чи то в галузі освіти, чи охорони здоров'я, чи природного довкілля»<sup>15</sup>.

Більшість визначень поняття «соціальний підприємець», зокрема й тих, що зібрані нижче, підкреслює такі його риси, як винахідливість, відданість справі, наполегливість, бачення нестандартних підходів, прийняття інновацій, високі етичні стандарти, умотивованість, амбіційність.



### ОКРЕМІ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНИЙ ПІДПРИЄМЕЦЬ»

Серія Каліфорнійського клубу Співдружності із соціального підприємництва (The Commonwealth Club series)<sup>16</sup>

*Соціальний підприємець – це інноватор, який спрямовує увесь свій запал і наполегливість на вирішення соціальних проблем.*

Фонд Ашока (Ashoka)<sup>17</sup>

*Соціальні підприємці – це індивідууми, які шукають інноваційних рішень найбільш гострих соціальних проблем. Вони – амбіційні й наполегливі у своїй роботі та пропонують нові ідеї для масштабних змін.*

Борнштейн Д. (Bornstein D.)<sup>18</sup>

*Соціальний підприємець – це першопроходець із потужною ідеєю та високими етичними стандартами, який поєднує теоретичні та практичні навички вирішення проблем і є «одержимим» своїм баченням змін.*

Лайт П. (Light P.)<sup>19</sup>

*Соціальний підприємець – це особа, група осіб, організація чи об'єднання організацій, що шукає нестандартні шляхи до сталих і масштабних змін у діяльності урядових, неприбуткових та прибуткових організацій для вирішення соціальних проблем.*

<sup>15</sup> Gregory Dees. The Meaning of Social Entrepreneurship. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article\\_Deess\\_MeaningofSocialEntrepreneurship\\_2001.pdf](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf) – С. 4.

<sup>16</sup> <http://www.socialledge.org/features/opportunities/commonwealth-club-series-on-social-entrepreneurship>

<sup>17</sup> <https://www.ashoka.org>

<sup>18</sup> Bornstein D. How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. – Oxford University Press. Updated edition, 2007. – 368 с.

<sup>19</sup> Light P. Reshaping social entrepreneurship // Stanford Social Innovation Review. – 2006. – Vol. 4(3). – С. 46–51.

**Інститут суспільного мовлення «Нові Герої» (PBS' "The New Heroes")<sup>20</sup>**

*Соціальний підприємець знаходить та вирішує масштабні соціальні проблеми. Так само, як підприємці створюють і трансформують цілі індустрії, соціальні підприємці змінюють суспільство, знаходячи можливості, яких інші не бачать.*

**Фундація Шваб (Schwab Foundation)<sup>21</sup>**

*Хто такий соціальний підприємець? Прагматичний провісник, який досягає масштабних, систематичних та сталих соціальних змін за допомогою інновацій, нестандартних підходів і більш ретельного вивчення поточних технологій та стратегій.*

**Фундація Сколла (Skoll Foundation)<sup>22</sup>**

*Соціальні підприємці змінюють суспільство; це – інноватори, які приносять користь людству. Соціальні підприємці – амбіційні, мотивовані, стратегічні, винахідливі та орієнтовані на результат.*

**Томсон Дж. (Thomson J.)<sup>23</sup>**

*Люди, що мають навички та якості, притаманні приватним підприємцям, але які працюють на суспільство і переймаються досягненням соціальних цілей, а не зароблянням грошей.*

**Босчі Дж. (Boschee J.)<sup>24</sup>**

*Соціальні підприємці здатні створити баланс між моральними імперативами та прагненням прибутку. Вони звертають дедалі більшу увагу на ринкові механізми, не випускаючи з поля зору свою основну місію. І цей процес є серцем та душею всього соціального руху.*

Автори книги «Соціальне підприємництво: місія – зробити світ кращим» («Understanding Entrepreneurship. The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World»), окрім визначень, зібрали деякі спостереження, що стосуються різних аспектів діяльності соціальних підприємців: соціальні підприємці – демократичніші, а також більш схильні до колегіальності у процесі прийняття рішень у своєму середовищі, ніж звичайні підприємці; соціальні підприємці відрізняються більшим невдоволенням через несправедливий стан речей навколишнього світу; соціальні підприємці можуть більше розраховувати на велику підтримку в суспільстві, ніж традиційні. Безперечно, жодна з цих ознак не є притаманною лише соціальному підприємцю. Багато бізнесменів володіють окремими з цих якостей і навіть їх сукупністю<sup>25</sup>.

Що ж тоді відрізняє їх? Головне, що відрізняє соціального підприємця від бізнес-підприємців і навіть від соціально відповідального бізнесмена, – це місія. Соціальна місія для нього є провідною. Місію соціального вдосконалення не може бути зведено до вигоди для окремих приватних осіб. Отримання прибутку, створення багатства можуть бути частиною моделі. Але це – лише засіб для досягнення соціальної мети, а не самоціль. Соціальні підприємці прагнуть створити умови для сталого поліпшення та підтримки соціального впливу.

Говорячи про соціального підприємця, окремо варто сказати про важливість його особистості, його розуміння соціальних проблем, здатності вирішувати такі проблеми, використовувати різні джерела інформації, а також його спроможності за певних умов ініціювати створення соціального підприємства. Недарма міжнародний некомерційний фонд підтримки соціальних підприємців з усього світу названо іменем Ашоки. Адже ключовим осяянням Ашоки, імператора найбільшої в історії Стародавньої Індії держави Мауріїв, було те, що найкраще передбачити розвиток ідеї та успішність її реалізації можна дізнавшись про людину, яка стоїть за цією ідеєю<sup>26</sup>.

Як і понад 2 тисячі років тому, важливими залишаються питання умотивованості та цілеспрямованості особистості: чи є в людини здатність згуртувати команду, яка зможе подолати численні перешкоди, невдачі, розчарування; чи є реалізація ідеї найважливішою або однією з найважливіших речей на світі для цієї людини; чи має людина наполегливість і терпіння запроваджувати зміни в умовах байдужості, небажання відходити від звички, страху, обмеженості ресурсів?

Н. Макіавеллі у своїй знаменитій книзі «Державець» сказав: «Немає нічого важчого, ніж братися за щось нове, нічого більш ризикованого, ніж спрямовувати, або більш невизначеного, ніж очолити створення нового порядку речей, тому що противниками нововведень виступатимуть ті, кому добре жилося при старому порядку речей,

<sup>20</sup> <http://www.pbs.org/program/new-heroes/>

<sup>21</sup> <http://www.schwabfound.org/>

<sup>22</sup> <http://skoll.org/>

<sup>23</sup> Thomson J., Alvy G., Lees A. Social entrepreneurship – A new look at the people and the Potential // Management Design. – 2002. – Vol. 38.

<sup>24</sup> Boschee J. Merging mission and money: A board member's guide to social entrepreneurship. 1998. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialent.org/pdfs/MergingMission.pdf>. – С. 2.

<sup>25</sup> Kickul J., Lyons T. Understanding Entrepreneurship. The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World. – Routledge; 1 edition, 2012. – 296 с.

<sup>26</sup> Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know? – Oxford University Press. Kindle Edition, 2010. – С. 23–24.

а боязкими захисниками – ті, кому буде добре при новому»<sup>27</sup>.

Шлях, який здолали засновники найвідоміших у світі соціальних підприємств «Grameen Bank» і «BRAC» – Мухаммад Юнус і Фазле Хасан Абед (Fazle Hasan Abed), є прикладом боротьби з перешкодами й розчаруваннями, байдужістю і відвертим опором.

Спочатку вони були дуже самотніми. Люди говорили Юнусу, що «Grameen Bank» лопне, як повітряна куля. Інші казали Абеду, що він чинить нерозумно, залишаючи свою високооплачувану роботу в компанії «Shell Oil». Обидва зазнали особистих втрат. Обидва мали боротися з релігійними фундаменталістами, військовими диктаторами, соціалістами-революціонерами і (що, можливо, найважче) з усталеними корупційними порядками, які підривали довіру до будь-якої угоди. Вони знову і знову викладали суть своїх намірів, аби мобілізувати ресурси, сформувати партнерства, роззброїти ворогів, достукатися до влади. Обидва мали твердий намір здійснити задумане, скільки б це не забрало сил. Позицію соціального підприємця можна зрозуміти з прикладу життя цих людей<sup>28</sup>.

Щоб організувати позитивні довгострокові зміни – потрібні люди, які не думають про щоквартальні звіти й наступні вибори, які є стійкими до відсутності короткострокових винагород і визнання. Потрібні люди, які володіють здатністю розуміти проблему в усіх її аспектах і мати глобальне бачення її вирішення.

---

<sup>27</sup> Макиавелли Н. Соч. в 2 т. Т. 1. / Н. Макиавелли. – М. – Л., 1934. – С. 57.

<sup>28</sup> Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know? – Oxford University Press. Kindle Edition, 2010. – С. 23–24.

# 4

## У ЧОМУ ПОЛЯГАЄ ВІДМІННІСТЬ?

### 4.1. Між соціальним та комерційним підприємництвом

Основна відмінність пов'язана з метою або з тим, що підприємство намагається примножити. Для бізнес-підприємців головним пунктом плану є примноження прибутку чи багатства акціонерів. Для соціальних підприємців найголовніша мета – соціальні зміни (здебільшого – завдяки вирішенню нагальної проблеми, яку було недооцінено чи проігноровано іншими інституціями (державними установами, бізнес-структурами тощо)).

Лінію водорозділу між двома типами підприємництва можна провести не лише в площині мотивації, а й у сфері характеристик «очікуваної та виробленої цінності». На думку Роджера Мартіна (Roger L. Martin) та Саллі Осберг (Sally Osberg), у разі звичайного підприємництва це – ринкова цінність, яку може бути виражено в категорії прибутку. У разі соціального підприємництва це – цінність, що виражається в перевазі, яку отримує значна частина суспільства або суспільство в цілому від здійсненої соціальним підприємцем «великомасштабної трансформації»<sup>29</sup>. При цьому цільовими групами, для яких призначено «цінність», є найменш захищені та найменш благополучні верстви населення, що не мають фінансових ресурсів і політичних важелів для досягнення одержаної в результаті трансформації «цінності» власними силами.

Світ потребує обох видів підприємницької діяльності. Не потрібно вважати один тип вищим від іншого. Хоча соціальне підприємництво зазвичай – більш складне завдання, оскільки воно пов'язане з вирішенням проблем, для яких не знайшлося ні урядових, ні ринкових рішень.

Проте одразу варто зауважити, що соціальне та комерційне підприємництво перебирають ознаки одне одного: соціальні підприємці часто одержують прибуток за рахунок соціальних підприємств, а бізнесмени ведуть соціально відповідальний бізнес. Обидва види підприємництва потребують бачення своєї місії, ініціативності, розбудови структури та «маркетингу». З погляду навичок і темпераменту соціальні підприємці та бізнес-підприємці є дуже схожими. Однак їхні основні цілі – різні.

Автори популярної серед фахівців із соціального підприємництва книги «Соціальне підприємництво: що потрібно знати кожному?» («Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know?») зазначають, що, на думку деяких дослідників, не варто розділяти соціальне та комерційне підприємництво і, відповідно, підприємців, оскільки і ті, й інші створюють робочі місця та задовольняють певні споживчі потреби, отож – виконують соціальні функції. «Ми – не згодні, – повідомляють Девід Борнштейн (David Bornstein) та Сьюзан Девіс (Susan Davis). – Ми не могли б назвати когось, хто запровадив виробництво картопляних чіпсів або Twinkies на китайському ринку, соціальним підприємцем, навіть якщо його фірма згенерувала мільйон робочих місць». І далі автори продовжують: «Прагнення максимально збільшити соціальний вплив також не є єдиним критерієм соціального підприємництва. Як зауважив Г. Діз, соціальне підприємництво охоплює елементи новизни та динамізму. На сьогодні тисячі компаній, що поширюють «чисті технології» та «зелені технології», сприяють вирішенню екологічних проблем, проте не всі вони є прикладами соціального підприємництва. У галузі сонячної енергетики, наприклад, багато фірм продають відомі та сприйняті ринком продукти. Не применшуючи їхнього внеску у вирішення екологічних проблем, потрібно відрізнити звичайні фірми від тих, які є піонерами в розповсюдженні нових продуктів, у намаганні змінити тренди розвитку галузі або вибудувати ринки в особливо складних умовах. Невелика фірма «D.light Design» є вдалим прикладом»<sup>30</sup>.

<sup>29</sup> Martin R., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition // Stanford Social Innovation Review, Spring, 2007. – С. 34–35.

<sup>30</sup> Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know? – Oxford University Press. Kindle Edition, 2010. – С. 23–24.

## 4.2. Між соціальним підприємництвом та урядовими ініціативами

На відміну від урядових зусиль, ідеї соціального підприємництва зароджуються на місцях і рухаються догори. Зазвичай вони виростають із безпосередньої взаємодії конкретної людини з проблемою і намагання знайти шляхи вирішення такої проблеми – через осмислення, вивчення досвіду, пошук ресурсів. На противагу владним органам соціальні підприємці не мають управлінських повноважень та доступу до великих ресурсів. Вони повинні вміло сформулювати цілі й надихнути інших на здійснення суттєвих соціальних змін, зуміти переконати тих, хто має ресурси та владні повноваження.

Щодо урядових ініціатив чи ініціатив від агентств міжнародної допомоги – рух відбувається у зворотному напрямку – зверху донизу, починаючи з політичних баталій і закінчуючи виконанням конкретних програм та проектів.

## 4.3. Між соціальним підприємництвом та громадською діяльністю

Головна відмінність полягає в тому, що громадські діячі здебільшого прагнуть ініціювати зміни шляхом впливу на процес ухвалення рішень органами влади чи іншими інституціями або шляхом зміни ставлення суспільства до тієї чи іншої проблеми. Громадську діяльність можна розглядати як складову частину соціального підприємництва – одну з багатьох тактик розгортання змін.

Соціальні підприємці провадять ширший спектр діяльності, у тому числі створення інституцій для реалізації рішень. Громадські діячі можуть створювати або не створювати підприємства чи організації для розгортання бажаних змін. Їхня успішна діяльність може суттєво покращувати поточні системи і навіть призводити до деформації, однак стратегічний характер активності буде тяжіти не до «прямих дій», а до практики «впливу», до вимог вжити заходів.

Соціальний підприємець береться за пряму дію для просування соціальних змін. Як зауважив колумніст газети «Нью-Йорк Таймс» Ніколас Д. Крістоф (Nicholas D. Kristof): «Я – вражений тим, що студентський активізм, який спостерігався завжди, у роки моєї молодості найчастіше виражався в протестах, тоді як у наші дні він часто супроводжується заснуванням організацій для здійснення позитивних змін. Це – революція соціального підприємництва, і я – у захваті від цього»<sup>31</sup>.

<sup>31</sup> Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know? – Oxford University Press. Kindle Edition, 2010. – С. 41.

# 5

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

### 5.1. Із досвіду Європейського Союзу

У світі зростає визнання соціального підприємництва як бізнес-моделі, що може підтримати економічне зростання та соціальний прогрес. Одним із напрямів діяльності, спрямованої на підтримку зростання соціального підприємництва, є оптимізація правового середовища.

З метою вивчення стану нормативно-правової бази для соціальних підприємств у країнах Європи Європейська комісія зініціювала дослідження на основі використання спільного визначення та спільних підходів<sup>32</sup> (далі – «MappingStudy»). Дослідження виконувала юридична компанія «ICF».

Спільне визначення соціального підприємництва охоплює три ключових аспекти, на яких наголошується в науковій літературі та програмних документах, наприклад, в «Ініціативах соціального бізнесу» («The Social Business Initiative»)<sup>33</sup>:

- підприємницький вимір: участь у безперервній економічній діяльності;
- соціальний вимір: виразна соціальна мета;
- управлінський вимір: наявність механізмів управління, що забезпечують пріоритетність соціальної мети та врахування інтересів різних зацікавлених сторін.

Кожен із зазначених вище вимірів було визначено шляхом розроблення набору основних критеріїв, що відображають мінімальні умови, яким організація має відповідати, аби бути віднесеною до категорії соціального підприємства відповідно до визначення Євросоюзу. Організація повинна:

- брати участь в економічній діяльності;
- мати виразну соціальну мету, яка приносить користь суспільству;
- мати обмеження на розподіл прибутку чи активів серед зацікавлених сторін з метою встановлення пріоритетності досягнення соціальної мети;
- бути незалежною від держави чи прибуткових організацій;
- передбачати інклюзивне управління та/або демократичні процеси прийняття рішень<sup>34</sup>.

У рамках згаданого дослідження експерти з правових питань підготували понад 850 сторінок аналізу щодо правових структур, якими послуговуються соціальні підприємства, і того, як закони й регуляторні правила використовуються в Європі для формування та підтримки соціального підприємництва.

Експертний аналіз правового середовища, у якому працюють соціальні підприємства, забезпечив формування багатовимірної картини законів, регулювання і податкового режиму соціального підприємництва в різних країнах – членах Європейського Союзу та Швейцарії.

Одним із головних результатів «MappingStudy» є те, що відсутність юридичного визнання соціального підприємництва в багатьох країнах ускладнює його творення, а також підтримку як урядовцями й фахівцями, так і податковим стимулюванням.

<sup>32</sup> Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bwbllp.com/knowledge/2015/10/21/social-enterprise-in-europe-developing-legal-systems-which-support-social-enterprise-growth/>

<sup>33</sup> Ініціативу соціального бізнесу (The Social Business Initiative (SBI)) було започатковано Європейською комісією у 2011 р. Одним із напрямів діяльності, спрямованої на підтримку зростання соціального підприємництва, є оптимізація правового середовища. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises\\_en](http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en)

<sup>34</sup> Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bwbllp.com/knowledge/2015/10/21/social-enterprise-in-europe-developing-legal-systems-which-support-social-enterprise-growth/> – С. 16.



Водночас дослідження «MappingStudy» показує, що соціальні підприємства набувають різних організаційно-правових форм<sup>35</sup> і статусів:

- 1) адаптовані нинішні правові форми: асоціації, фонди, кооперативи, компанії;
- 2) правові форми, призначені виключно для соціальних підприємств (Social Enterprise Form);
- 3) правові статуси соціальних підприємств, які можуть бути отримані компаніями з різними організаційно-правовими формами при їх відповідності сукупності критеріїв.

16 європейських країн мають певні правові форми, які визнають, визначають і регулюють діяльність соціальних підприємств. Проте відповідно до звітів, наданих експертами, у державному законодавстві лише чотирьох із них є правова форма, створена цілеспрямовано саме для СП, – так звана форма соціального підприємства (Social Enterprise Form). Такими формами соціального підприємництва є:

- 1) соціальні кооперативи колективної власності (Societe Cooperative D'Interet Collectif) у Франції;
- 2) підприємства соціальної та солідарної економіки (Entreprise de l'economie Sociale et Solidaire або Entreprise ESS) – також у Франції;
- 3) соціальні кооперативи в Греції;
- 4) соціальні кооперативи в Італії.



**Соціальні кооперативи колективної власності** (Société Cooperative D'intérêt Collectif (SCIC)) є формою соціального підприємства-кооперативу у Франції. SCIC має передбачати як комерційні, так і соціальні цілі («caractere d'utilite sociale») на користь громади. Економічна діяльність повинна бути пов'язана з досягненням соціальних цілей. Соціальна мета та соціальна корисність («Utilite Sociale») – орієнтовані насамперед на надання допомоги вразливим групам людей або на діяльність, спрямовану на усунення дискримінації чи нерівності в суспільстві. Обов'язковою складовою такого підприємства є демократичне управління, що забезпечує дотримання принципу «один член кооперативу – один голос» і публікацію звітних матеріалів про екологічний та соціальний вплив діяльності.

**«Легалізація» соціального підприємництва в Європі розпочалася з Італії**, коли в 1991 році парламент країни ухвалив закон щодо діяльності «соціальних кооперативів» – малих та середніх підприємств, які вирішують соціальні проблеми громад. Італійська соціальна кооперація виникла у процесі пошуку рішень, які б дали змогу соціально незахищеним чи мало захищеним особам знайти своє місце на ринку праці. У країні існувало декілька організацій, здебільшого пов'язаних із церквою, які надавали соціальні послуги. На початку 1980-х велися дискусії щодо юридичного регулювання соціальної кооперації, які й завершилися ухваленням згаданого вище закону про соціальні кооперативи. Відповідно до нього метою соціальної кооперації є загальне благо суспільства та соціальна інтеграція громадян<sup>36</sup>.

Італійські соціальні кооперативи – це така модель кооперативної правової форми, для якої головним завданням є досягнення поставленої соціальної мети на протидію традиційній простій зацікавленості членів кооперативу в прибутках. Італійський закон передбачає два типи соціальних кооперативів: 1) кооперативи типу «А», які надають соціальні (у тому числі догляд за особами похилого віку), медичні та освітні послуги; членами таких кооперативів є постачальники та одержувачі послуг; 2) кооперативи типу «В», який сприяє соціальній інтеграції визначених вразливих груп населення<sup>37</sup>.

**Соціальні кооперативи в Польщі** було запроваджено Законом Республіки Польщі «Про зайнятість та установи ринку праці» від 20 квітня 2004 року. Через два роки було ухвалено Закон «Про соціальні кооперативи», у якому було визначено засади створення, діяльності, об'єднання та ліквідації соціальних кооперативів. Згідно із Законом соціальні кооперативи створюються з метою:

- 1) суспільної реінтеграції (відновлення) їхніх членів – діяльність із метою відновлення і підтримки вміння брати участь у суспільному житті, а також виконання відповідної ролі в місці праці, місці проживання та на ринку праці;
- 2) професійної реінтеграції їхніх членів – діяльність із метою відновлення та підтримки здатності до самостійної праці на ринку праці.

<sup>35</sup> Відповідно до українського законодавства: «Організаційно-правова форма господарювання – це форма здійснювання господарської (зокрема підприємницької) діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо». Дзюба С. Як правильно обрати організаційно-правову форму ведення бізнесу? [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://3222.ua/article/yak\\_pравильно\\_obrati\\_organzatsyno-pravovu\\_formu\\_vedennya\\_bznesu.htm](http://3222.ua/article/yak_pравильно_obrati_organzatsyno-pravovu_formu_vedennya_bznesu.htm)

<sup>36</sup> Липчук В. В. Соціальна кооперація: суть, значення, досвід / В. В. Липчук, Н. В. Липчук // Економіка України. – 2013. – № 6. – С. 89–96.

<sup>37</sup> Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bwbllp.com/knowledge/2015/10/21/social-enterprise-in-europe-developing-legal-systems-which-support-social-enterprise-growth/> – С. 21.



Відповідно до польського законодавства засновниками соціальних кооперативів можуть бути особи, які відповідають необхідним умовам і належать хоча б до однієї з таких категорій:

- безробітні;
- неповносправні особи відповідно до законодавства про професійну та суспільну реабілітацію, а також особи, які мають висновок про неповносправність або непрацездатність;
- особи, які згідно із законодавством про соціальне працевлаштування є соціально незахищеними та малозахищеними, зокрема:
  - а) залежні від алкоголю, наркотиків або одурманюючих речовин після завершення лікування;
  - б) психічно хворі люди відповідно до положень про охорону психічного здоров'я;
  - в) безхатченки, які реалізують індивідуальну програму виходу з такого стану;
  - г) особи, що відбули термін покарання і звільнилися з виправних закладів;
  - д) емігранти, які беруть участь в індивідуальній програмі інтеграції.

Соціальні кооперативи може бути створено й іншими особами, однак їх чисельність не повинна перевищувати 50 % загальної кількості засновників кооперативу. Соціальний кооператив може бути ліквідовано, якщо буде виявлено недотримання такої вимоги протягом більш ніж 6-ти місяців.

Соціальний кооператив можуть також створювати щонайменше дві з числа таких юридичних осіб, як: 1) неурядові організації; 2) одиниці територіального самоврядування; 3) церковні юридичні особи. Щодо фізичних осіб, то засновників кооперативу має бути мінімум п'ять<sup>38</sup>.

Держава надає певну фінансову підтримку соціальним кооперативам. Зокрема, засновники кооперативу звільняються від реєстраційних внесків. Вони можуть також отримати одноразову допомогу з Фонду праці (у розмірі не більш ніж чотириразовий рівень середньої заробітної плати на кожного члена-засновника соціального кооперативу). Особи, які хочуть вступити до соціального кооперативу, що вже функціонує, можуть одержати з Фонду праці допомогу в розмірі не більш ніж три середні заробітні плати на кожного члена кооперативу. Неповносправна особа, зареєстрована у відділі праці як особа безробітна чи така, що шукає роботу, може отримати з ресурсів Фонду реабілітації неповносправних осіб допомогу на внесок до соціального кооперативу в розмірі не більш ніж п'ятнадцятиразова середня заробітна плата. Доходи кооперативу, витрачені на суспільну та професійну реінтеграцію його членів, звільняються від податку. Соціальний кооператив може попросити та одержати фінансування з Фонду праці на пенсійне та інвалідське страхування, а також може застосовувати спрощену систему обліку<sup>39</sup>.

Інший шлях правової організації соціального підприємництва в європейських країнах – адаптація вже наявних організаційно-правових форм. Вона дає змогу знижувати ризики для стартапів соціальних підприємств, полегшує виявлення і підтримку зростання та розвитку.

Точні характеристики національних організаційно-правових форм, що використовуються для потреб соціального підприємництва в європейських країнах, відрізняються одна від одної. Однак виділення спільних рис дає змогу об'єднати їх в окремі типи із загальними характеристиками:

- неприбуткові організації, що дотримуються демократичних принципів управління і не розподіляють прибутків між зацікавленими сторонами, а спрямовують їх на досягнення соціальної мети;
- кооперативи, які зазвичай перебувають у власності та контролюються членами на демократичній основі, розподіляють прибуток від діяльності між членами кооперативу, а також, окрім цього, можуть мати соціальну мету, записану в статуті чи інших документах, або надавати послуги громадського значення;
- спільні компанії, які здебільшого належать акціонерам на пропорційній основі та контролюються ними і які можуть провадити різні види комерційної діяльності з метою сприяння досягненню соціальної мети.

У європейському правовому середовищі розрізняють поняття організаційно-правової форми, яка стосується фундаментальної правової структури організації, та поняття правового статусу, що може надаватися різним підприємствам чи установам, які відповідають певним вимогам або характеристикам. Такі правові статуси тлумачаться й застосовуються по-різному в європейських країнах і часом описуються у визначеннях «соціального підприємництва», але найчастіше вони стосуються традиційного поняття «соціальна економіка» чи «соціальна бізнес-ініціатива». Правовий статус соціального підприємства, зокрема, мають:

<sup>38</sup> Липчук. В. Соціальна кооперація в Польщі / В. Липчук, Н. Липчук // Кооперативні читання: 2014: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 27–29 берез. 2014 р. – Житомир: ЖНАЕУ, 2014. – С. 83–87.

<sup>39</sup> Там само. – С. 86.

- компанії соціальної мети в Бельгії (Social purpose company);
- соціальне підприємство «відповідно до закону» в Італії (Social Enterprise 'ex-Lege');
- компанія солідарної соціальної корисності у Франції (Entreprise Solidaire d'Utilite Sociale (ESUS));
- компанія інтересів громади у Великобританії (The Community Interest Company in the UK).

Компанією соціальної мети в Бельгії може стати компанія будь-якої організаційно-правової форми, якщо вона має альтруїстичні соціальні цілі, досягнення яких, на противагу збагаченню, є головним мотивом діяльності для зацікавлених сторін. Соціальні цілі має бути викладено у внутрішніх (установчих) документах компанії. Класична компанія може взяти на себе цей статус за умови провадження діяльності, спрямованої на досягнення поставленої соціальної мети. Бельгійські компанії соціальної мети мають певні правила, зокрема, такі, що стосуються інклюзивного врядування, за якого жодна особа не повинна мати більш ніж 10 % голосів при вирішенні суперечливих питань. Окрім того, необхідно забезпечувати право працівників володіти акціями компанії. Компанія соціальної мети повинна складати щорічний звіт про свою діяльність, орієнтовану на досягнення заявлених соціальних цілей.

Відповідно до Закону 2014-856 від 31 липня 2014 року на статус компанії солідарної соціальної корисності (ESUS) у Франції можуть претендувати лише ті підприємства та організації, які відповідають певним критеріям:

- основною метою організації має бути задоволення соціальних потреб;
- соціальна складова роботи організації має бути домінантною; зокрема, за останні три фінансових роки щонайменше 66 % операційних витрат мають бути пов'язаними з діяльністю соціального характеру;
- середній розмір заробітної плати п'яти найбільш оплачуваних працівників чи керівників не повинен перевищувати семикратного розміру мінімальної заробітної плати (122 431 євро у 2015 році) і максимальна заробітна плата в компанії має бути не більшою, ніж десятикратний розмір мінімальної заробітної плати (174 902 євро у 2015 році);
- торгівля акціями організації на фондових ринках не допускається (організація не повинна бути публічним акціонерним товариством).

## 5.2. Формування організаційно-правових моделей соціального підприємництва в Україні

В Україні також робилася спроба легалізувати соціальний бізнес. У 2011 р. депутат від фракції «Батьківщина» Олександр Фельдман вніс на розгляд Комітету Верховної Ради з податкової політики два законопроекти: «Про соціальні підприємства» та «Про внесення зміни до статті 154 Податкового кодексу України щодо підтримки соціальних підприємств». Перший запроваджував поняття «соціальне підприємство» і визначав критерії, за якими підприємство можна було визнати «соціальним». Другим законопроектом пропонувалося звільняти соціальні підприємства від оподаткування прибутку, отриманого від продажу (постачання) товарів та виконання соціальних робіт і послуг<sup>40</sup>.

Олександр Фельдман також пропонував створити Міжвідомчу комісію з питань підтримки соціальних підприємств, яка б визначала статус «соціальної» того чи іншого підприємства та його відповідність умовам на отримання податкових пільг. Перший законопроект було відхилено на стадії його розгляду Комітетом з питань податкової політики ВРУ. Після цього Олександр Фельдман зняв свій другий законопроект з розгляду.

Очевидно, ухвалення такого закону було б передчасним, а запровадження преференцій і необхідності визначати ступінь соціальності приховувало в собі небезпеку зловживань як з боку традиційного бізнесу, так і з боку Міжвідомчої комісії.

Існують різні погляди щодо необхідності легалізації соціального підприємництва в Україні. Так, Василь Назарук, керівник Програми соціального інвестування «Вестерн Ен-Ай-Ес Ентерпрайз Фонд» (WNISEF), вважає відсутність закону, який би регулював соціальне підприємництво, перевагою, можливістю для його розвитку: «Як би там не говорили скептики, але це – справді велика можливість вибрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму, 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»<sup>41</sup>.

В іншій своїй статті Василь Назарук цитує голову правління Мережі розвитку європейського права Олександра

<sup>40</sup> Катерина Смаглій. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo>

<sup>41</sup> Василь Назарук. 5 великих можливостей для розвитку соціального підприємництва в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo>

Віннікова: «Якщо цікава моя думка щодо спеціального закону, то він не потрібен. Що нам дійсно допомогло б, це – уточнення в Податковому кодексі та зміни до законодавства про господарські товариства: наприклад, у Німеччині чимало соціальних підприємств діють як звичайні ТОВ, тільки за законом і статутом ніколи не розподіляють прибуток і використовують його для соціальних проєктів/цілей»<sup>42</sup>.

Отож, в українському законодавстві визначення поняття «соціальне підприємство» не закріплено. Діяльність регулюється чинними законами, що стосуються підприємств чи організацій відповідно до організаційних форм діяльності суб'єктів економіки. Головними організаційними формами діяльності соціальних підприємств в Україні є: фізична особа – підприємець (ФОП), громадська організація, підприємство громадського об'єднання, благодійна організація, громадська спілка, приватне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), організація громадського об'єднання, благодійна організація.

Україні поки що бракує досвіду, практики, розуміння соціального підприємництва, а головне – достатньої кількості соціалізованих підприємств, які, об'єднавшись і дійшовши взаємної згоди, змогли б відстоювати свої інтереси та розвиток соціального підприємництва через створення закону<sup>43</sup>. В іншому разі – створення та ухвалення невваженого закону може обмежити можливості соціалізованого підприємництва, звужити допустимий діапазон діяльності та навіть нашкодити.

Реальним показником того, що соціальне підприємництво закріпилося в Україні, буде момент самоорганізації соціальних підприємств з метою обміну досвідом і впливу на формування сприятливого правового середовища та ефективної державної політики.

<sup>42</sup> Василь Назарук. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/blog/entry/chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriyemnytstvo>

<sup>43</sup> Оксана Загайкало. Соціальне підприємництво – неочінена необхідність // Дзеркало тижня. 13 березня 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://gazeta.dt.ua/economics\\_of\\_regions/socialne-pidpriyemnictvo-neocinena-neobhidnist-.html](http://gazeta.dt.ua/economics_of_regions/socialne-pidpriyemnictvo-neocinena-neobhidnist-.html)

# 6

## ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Агрегація та аналіз діяльності соціальних підприємств у Європі, а тим паче у світі, є складним завданням. Це зумовлено відсутністю узгодженої статистики, відмінностями у визначеннях, методах збору та оцінці даних. На думку експертів, рівень активності соціального підприємництва в Європі, якщо порівнювати з «традиційним» бізнесом, є досить низьким. За оцінками фахівців, частка соціальних підприємців становить менш ніж 1 % від загального числа бізнесменів. Водночас спостерігаються різнопланові процеси в суспільному та економічному житті, що можуть прискорити динаміку зростання соціального підприємництва. По-перше, триває скорочення постачання соціальних послуг загального призначення державними установами. По-друге, посилюється необхідність диверсифікації джерел фінансування для неприбуткових громадських організацій. І по-третє, зростає зацікавленість соціальними інноваціями серед традиційного бізнесу. З огляду на це розширюється і спектр сфер діяльності соціальних підприємств.

Єдиної стандартизованої класифікації видів діяльності соціальних підприємств не існує, так само, як і узгодженої статистики. Проте на основі дискретних галузевих класифікацій можна зобразити узагальнену картину видів діяльності соціальних підприємств, виділивши, зокрема, такі з них:

- соціально-економічна інтеграція вразливих груп населення;
- соціальні послуги загального призначення (наприклад, довгостроковий догляд за людьми похилого віку та за людьми з обмеженими можливостями; освітні послуги та догляд за дітьми; послуги з пошуку роботи та професійної перепідготовки; забезпечення соціального житла; медичне обслуговування);
- інші громадські послуги, такі як громадський транспорт, утримання громадських місць тощо;
- зміцнення демократії, громадянських прав;
- природоохоронна діяльність (скорочення викидів і відходів, запровадження відновлюваних джерел енергії);
- практична солідарність із країнами, що розвиваються (скажімо, заохочення справедливої торгівлі).

Найбільш помітним різновидом діяльності соціальних підприємств є соціальна та економічна інтеграція визначених категорій громадян. Для деяких країн, зокрема для Чехії, Угорщини, Латвії, Словаччини, Словенії, це – справді домінуючий тип соціального підприємництва. У Польщі створення соціальних кооперативів здебільшого пов'язане з працевлаштуванням вразливих груп населення. В Італії діяльність соціальних кооперативів типу «В» спрямована на соціальну інтеграцію визначених вразливих груп. Робота таких підприємств пропонує широкий спектр товарів та послуг для споживачів.

Соціально-економічна інтеграція тих, хто цього потребує, є важливим, однак не єдиним видом діяльності соціальних підприємств. Наприклад, в Ірландії третина соціальних підприємств надає послуги з догляду за дітьми. Тоді як у Данії 41 % підприємств забезпечує медичну й соціальну допомогу<sup>44</sup>. У Німеччині соціальні підприємства, яких там налічується близько 100 тис. із 2,5 млн зайнятих, працюють, зокрема, за такими напрямками:

- використання спеціальних навичок людей з обмеженими можливостями, наприклад, «аутистів, які займаються програмуванням»;
- «розумний дизайн»: виготовлення нових речей із меблів або одягу, що були у вжитку; виготовлення нових речей із відходів;
- поєднання бізнес-орієнтованої галузі із соціальною діяльністю, скажімо, продаж товарів чи послуг із подальшим використанням коштів із прибутку для досягнення соціальних цілей;
- забезпечення працевлаштування конкретних груп людей: безробітних, біженців та інших;
- сприяння вирішенню проблем у країнах, що розвиваються;

<sup>44</sup> A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. European Commission. Executive Summary. December 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socent.ie/knowledgebase/a-map-of-social-enterprises-and-their-eco-systems-in-europe-executive-summary> – С. 5.

- інноваційна логістична діяльність, спрямована на зменшення викидів, поїздок, шуму шляхом об'єднання регіональних клієнтів і постачальників;
- інноваційна роздрібна торгівля: сприяння екологічності, справедлива торгівля (Fairtrade), скорочення використання пакувальних матеріалів<sup>45</sup>.



**«Німецькі соціальні підприємства** вирішують проблеми незахищених верств населення: мігрантів і біженців, безробітної молоді та людей з інвалідністю. Наприклад, міжнародна платформа «Кірон» дає змогу біженцям здобути освіту і кваліфікацію дистанційно – у будь-якому місці та в будь-який час. Місія полягає в тому, щоб усунути бар'єр, з яким біженці мають справу під час інтеграції в нове суспільство.

Інший приклад – програма «CodeDoog», де молодь із середовища біженців віком 13–30 років опановує навички програмування на подарованих або пожертвованих ноутбуках. Студенти вивчають програмування і здобувають професійний досвід, а також одразу знайомляться з майбутніми роботодавцями.

Підприємство «3D Recyclement» поєднує соціальну місію з екологічною. Тут виробляють волокна для 3D-друку з пластикових відходів і водночас сприяють професійній підготовці та працевлаштуванню жінок-мігранток. Це одночасно сприяє зменшенню кількості пластикових відходів, розвитку 3D-поліграфічної промисловості та підвищенню рівня зайнятості»<sup>46</sup>.

У Великій Британії термін «соціальне підприємництво» охоплює широкий спектр різних підприємств. Але всі вони: 1) мають чітку соціальну мету; 2) отримують значну частину своїх доходів від комерційної діяльності; 3) реінвестують більшу частину свого прибутку в соціальну місію. У Великій Британії нараховується майже 70 тис. соціальних підприємств, на яких зайнято близько 2 млн працівників. Їхній внесок в економіку країни становить 24 млрд фунтів стерлінгів на рік. Соціальні підприємства функціонують практично в усіх видах діяльності: у будівництві, на транспорті, у переробці відходів, торгівлі, ресторанному господарстві, «зеленій енергетиці», догляді за дітьми, охороні здоров'я, соціальних послугах, цифрових технологіях тощо<sup>47</sup>.

Українські соціальні підприємства можна об'єднати в три агреговані групи:

- 1) генератори прибутку для фінансування соціальної мети (підтримка соціальних / культурних / спортивних заходів і проєктів; підтримка організацій/установ для вразливих груп населення);
- 2) працевлаштування вразливих груп населення;
- 3) надання соціально значущих послуг; виробництво соціально значущих товарів.

Найширше на українських теренах представлено першу та другу групи підприємств (див. розділ 11). Водночас є підприємства, які поєднують означені місії.

<sup>45</sup> Використано матеріали виступу Йорга Фурстенбергера (Jorg Furstenberger, SocialImpact gGmbH; [www.socialimpact.eu](http://www.socialimpact.eu)) на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців у м. Києві, 16 листопада 2016 року.

<sup>46</sup> Василь Назарук. Соціальні підприємства – новий тренд в Україні // Новое время [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/opinion/nazaruk/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html>

<sup>47</sup> Використано матеріали виступу Марка Річардсона (Mark Richardson, Social Impact Consulting) на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців у м. Києві, 16 листопада 2016 року.



# ДЕ НАВЧАЮТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА?

Уперше соціальне підприємництво з'явилося у навчальних планах як окрема академічна дисципліна в Гарвардському університеті в 1994 році. Грегорі Діз – американський вчений, професор, засновник і директор Центру розвитку соціального підприємництва (CASE) Університету Дюка – був першим, хто представив соціальне підприємництво як професію та академічну наукову дисципліну. Відтоді коло університетів, у яких у тій чи іншій редакції викладаються дисципліни, пов'язані із соціальним підприємництвом, значно розширилось. Відповідно до даних, наведених у книзі «Social Entrepreneurship Teaching Resources Handbook», укладеній Деббі Брок (Debbi D. Brock)<sup>48</sup>, майже 350 викладачів у 35 країнах викладають курси із соціального підприємництва, у тому числі й у таких відомих університетах, як Гарвардський, Нью-Йоркський, Оксфордський (додаток 1).

Соціальне підприємництво передбачено в навчальних планах на факультетах державного управління, освіти, міського планування, охорони здоров'я, соціальної роботи, юриспруденції, інженерії, екології тощо. До сьогодні соціальне підприємництво не має стандартної навчальної програми. Мережа університетів для соціального підприємництва (The University Network for Social Entrepreneurship), запроваджена Глобальною академією соціального підприємництва імені Ашоки (The Ashoka Global Academy for Social Entrepreneurship) та Центром соціального підприємництва Сколла в Оксфордському університеті (the Skoll Centre for Social Entrepreneurship at Oxford University), розбудовує онлайн-платформу для збору результатів дослідження та прикладів соціального підприємництва з різних регіонів світу.

Інститут соціальних наук Тата (Tata Institute of Social Sciences), що в Мумбаї (Індія), першим відкрив магістерську програму галузі соціального підприємництва. У Нью-Йоркському університеті (New York University) запроваджено загальноуніверситетську дворічну міждисциплінарну програму (Reynolds Program in Social Entrepreneurship), яка дає змогу, навчаючись на інших факультетах, слухати курси із соціального підприємництва і мати можливість практичного експериментування. Ця програма, започаткована одним із підрозділів університету (the Robert F. Wagner Graduate School of Public Service) за підтримки Фонду Катерини Рейнольдс (Catherine B. Reynolds Foundation) та президента університету, є відкритою для студентів і аспірантів усіх факультетів та спеціальностей.

Як зазначено на сайті університету, програма розрахована на творців змін трьох типів:

- 1) тих, що мають або планують розробити інноваційну ідею для вирішення конкретної соціальної проблеми, а також ідеї, які забезпечать тривалі зміни і які легко можна буде поширювати;
- 2) тих, які працюватимуть в інфраструктурі, необхідній для соціальної підприємницької діяльності, або працюватимуть над створенням такої інфраструктури, у тому числі осіб, що будуть займатися своєю професійною діяльністю в соціальному підприємстві (бухгалтерів, юристів тощо), і людей, які хочуть підвищити ефективність діяльності, управління, функціонування громадських, приватних некомерційних організацій;
- 3) тих, хто буде працювати над поширенням інформації про соціальне підприємництво на національному чи глобальному рівні за допомогою засобів журналістики, мистецтва, фотографії, кіно, телебачення та інших медіа-каналів<sup>49</sup>.

Центр громадського лідерства в школі Кеннеді Гарвардського університету (Center for Public Leadership at Harvard's Kennedy School of Government) також одержав підтримку з боку Фонду Катерини Рейнольдс для розроблення програми стипендій у галузі соціального підприємництва. Програма Університету в Гарварді є більш спеціалізованою, спрямованою на підготовку фахівців державної служби.

Численні університети, у тому числі Колумбійський, Стенфордський, Університет штату Мічиган, Університет Наварри, Женевський університет у Швейцарії, налагодили партнерські відносини з фундаціями, що опікуються розвитком соціального підприємництва: Ashoka, Echoing Green, New Profit, Inc., the Skoll Foundation, the Schwab Foundation for Social Entrepreneurship.

<sup>48</sup> Debbi D. Brock. Social Entrepreneurship Teaching Resources Handbook. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1344412](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1344412)

<sup>49</sup> New York University. Reynolds Program in Social Entrepreneurship. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nyu.edu/reynolds/grad/>



Такі партнерські зв'язки дають змогу об'єднати в єдину мережу студентів, викладачів і соціальних підприємців. Одна з нових ініціатив фундації Ашоки, що має назву «Ashoka U» і впроваджується в таких університетах, як Cornell, Johns Hopkins, George Mason, the University of Maryland, полягає в посиленні викладання та дослідження соціального підприємництва і має на меті допомогти студентам усвідомити, як вони могли б творити та розгорнути зміни.

Партнерські відносини між університетами та практиками – соціальними підприємцями є необхідними також для проведення наукових досліджень за багатьма напрямками. Результати наукових досліджень з тематики соціального підприємництва друкуються в журналах різноманітного спрямування: управління, підприємництва, державної політики. Водночас було створено і спеціалізовані наукові журнали – «Journal of Social Entrepreneurship», «International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation», «The Stanford Social Innovation Review», «MIT's Innovations».

# 8

## ПЕРЕШКОДИ ТА ТРУДНОЩІ В РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Незважаючи на зростання популярності та поширення в різних країнах і частинах світу, соціальне підприємництво постає перед цілою низкою проблем та перешкод. Хоча такі проблеми в кожній із країн – різні, однак спільною їх рисою є недостатнє розуміння сутності соціального підприємництва державними службовцями, широким загалом, інвесторами та потенційними клієнтами.

Зазвичай термін «соціальне підприємство» асоціюється з діяльністю благодійних організацій, роботою, пов'язаною із соціальною інтеграцією людей із обмеженими можливостями, але не з підприємництвом. Такі стереотипи, непорозуміння і недостатня поінформованість негативно впливають на зростання та фінансові сподівання соціальних підприємств, стають перешкодою на шляху встановлення контактів із партнерами й потенційними клієнтами.

Стимувальним чинником поширення соціального підприємництва є відсутність спеціалізованих послуг із його розвитку. На різних стадіях життєвого циклу соціальні підприємства потребують тих самих послуг та підтримки, що й традиційні підприємства. Водночас соціальні підприємства мають низку специфічних особливостей, проблем та потреб, які передбачають необхідність використання різноманітних і часто індивідуальних рішень. У більшості країн спеціалізована підтримка соціальних підприємств відсутня зовсім або є обмеженою і фрагментарною.

Соціальні підприємства не можуть ефективно конкурувати у сфері державних закупівель через великі розміри контрактів, вимоги до попередньої кваліфікації, затримки платежів тощо. Вони мають обмежений доступ до інвестиційних фінансових ресурсів через недостатнє розуміння інвесторами і кредиторами сутності та гібридних бізнес-моделей соціальних підприємств.

Відсутність стартового капіталу є суттєвою перешкодою для соціальних підприємців. Водночас, незважаючи на складність пошуку початкових інвестицій, більшість соціальних підприємців визнає, що ще гостріше фінансові проблеми постають на етапі зростання чи на стадії зрілості розвитку соціального підприємства. Важливим стимувальним фактором є труднощі в доступі до зростання капіталу.

Відсутність інформації про соціальний вплив та значення соціальних підприємств перешкоджає виникненню зацікавленості в їх розвитку з боку як приватних інвесторів, так і широкої громадськості.

Серед інших проблем розвитку соціального підприємництва варто згадати недостатню кваліфікацію працівників, плинність кадрів, високу орендну плату, адміністративні витрати тощо.



# 9

## ЗАХОДИ ДЛЯ ПІДТРИМКИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

У 2014 році понад 2 000 соціальних підприємців і зацікавлених осіб з усієї Європи зібралось у Страсбурзі обговорити результати та проблеми розвитку соціального підприємництва, узгодити деякі ключові дії на майбутнє. Делегати дійшли висновку, що в Європі немає жодного регіону, який би не міг отримати вигоди від розвитку соціального підприємництва. Наш час, сповнений різноманітними проблемами, такими як старіння населення, безробіття серед молоді, зміни клімату та зростання нерівності, потребує більшої кількості соціальних підприємств.

Головною рекомендацією Форуму стала беззаперечна думка про те, що в партнерстві із сектором соціального підприємництва державні, регіональні та місцеві органи влади повинні всіма можливими засобами підтримувати зростання соціальних підприємств і сприяти розвитку їх потенціалу: за допомогою правових механізмів, шляхом забезпечення доступу до фінансів, підтримки та супроводу стартапів, навчання та освіти, державних закупівель<sup>50</sup>.

Перелік завдань та послуг місцевої влади, підприємницької спільноти, які б могли позитивно вплинути на розвиток соціального підприємництва, розглянемо нижче. На різних стадіях життєвого циклу соціальні підприємства потребують тих самих ділових послуг, що й решта бізнес-підприємств; однак існує деяка специфіка роботи із соціальними підприємствами, що розкривається у спеціалізованих послугах.

### Стадія задуму соціального підприємства

- Поширення знань про соціальне підприємництво, вітчизняний та зарубіжний досвід його реалізації шляхом проведення семінарів, тренінгів, круглих столів, зустрічей із соціальними підприємцями – практиками, через соціальні мережі; розповсюдження збірок описів діяльності конкретних соціальних підприємств тощо.
- Укладання переліку найважливіших для міста чи регіону соціальних проблем та переліку цільових груп створення соціальних цінностей.
- Проведення попереднього аналізу ринку (хто буде купувати вироблені товари чи створені послуги?).
- Визначення ніш розвитку соціального підприємництва, де відсутня або зведена до мінімуму конкуренція з комерційним бізнесом, що підвищить можливості для співробітництва та виконання спільних проектів.
- Розвиток співпраці й партнерства між громадськими організаціями, бізнесом та органами місцевого самоврядування.
- Формування кола однодумців.

Важливим завданням є зростання обізнаності щодо соціального підприємництва, популяризація його ідей та сутності, доведення до відома підприємців, що соціальне підприємництво є цікавою і перспективною сферою роботи. Для цього до загальних навчальних та консультаційних послуг варто додати блок, присвячений питанням соціального підприємництва, задля його популяризації. Вдалою практикою могла б стати відповідна онлайн-платформа окремого міста/регіону, де було б викладено корисну інформацію про соціальне підприємництво, локальні можливості та потенційних партнерів. Гарним прикладом може бути загальноукраїнський ресурс «Соціальне підприємництво в Україні» – <http://www.socialbusiness.in.ua/><sup>51</sup>.

### Стартап/початківець

- Знайомство з організаційно-правовими формами соціального підприємництва та шляхами досягнення соціального ефекту (розподіл прибутків, забезпечення зайнятості вразливих груп населення, надання соціально значущих послуг тощо).
- Оформлення ідеї соціального підприємництва та підготовка бізнес-плану.

<sup>50</sup> Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bwbllp.com/knowledge/2015/10/21/social-enterprise-in-europe-developing-legal-systems-which-support-social-enterprise-growth> – С. 6.

<sup>51</sup> <http://www.socialbusiness.in.ua/>

- Навчання основ бізнесу: оподаткування, бухгалтерський облік, особливості менеджменту в соціальному підприємстві.
- Проведення конкурсу на найкращу ідею соціального підприємництва.
- Пошук джерел початкового фінансування.
- Консультування щодо підготовки та обґрунтування проектів на отримання грантів.
- Розвиток і розширення нетворкінгу.



**Прикладом нетворкінгу є створення мережі «Підприємлива некомерційна Канада» (Enterprising Non-profits Canada (ENP-CA)).** У 2012 році незалежні організації, діяльність яких спрямована на розвиток сектору соціального підприємництва Канади, зібралися разом у рамках угоди, що фінансується Міністерством людських ресурсів і соціального розвитку (Employment and Social Development Canada (ESDC)), для побудови національної соціальної мережі соціальних підприємств. Головною метою мережі є «створення можливостей для колективної діяльності з розроблення і проведення тренінгів, надання технічної допомоги, ресурсів некомерційним організаціям для розвитку та зростання соціальних підприємств»<sup>52</sup>.

## Зростання

На етапі зростання соціальне підприємство потребує послуг, що не відрізняються від послуг для інших груп підприємців, зокрема, за такими напрямками, як:

- маркетингова підтримка (брендинг соціального підприємства; поширення реклами продукції, що виробляється, чи послуг, які надаються соціальними підприємствами; аналіз ринку);
- консультаційна підтримка в юридичних питаннях, веденні бухгалтерії, роз'ясненні змін податкового законодавства та нових процедур, пов'язаних із підприємницькою діяльністю;
- пошук замовників, вивчення питання щодо державних закупівель.

Варто виділити і специфічні для соціального підприємництва послуги:

- вивчення та врахування напрацьованого досвіду функціонування соціального підприємства;
- пошук шляхів отримання пільгових кредитів;
- консультування з питань управління людськими ресурсами, особливо для підприємств, у яких задіяні вразливі групи населення.

Для цієї групи підприємців важливим також є формування бізнес-спільноти шляхом проведення круглих столів представників органів місцевого самоврядування, громадських організацій, працівників об'єктів бізнес-інфраструктури, бізнесу, великих підприємств.



**Приклад надання консультаційних послуг:** «Уже понад 20 років у Німеччині діє організація «Social Impact», яка підтримує і консультує соціальні підприємства, позиціонуючи себе як «агентство соціальних інновацій». Кілька тисяч стартапів із соціальною місією вже розпочали свою роботу завдяки допомозі експертів із «Social Impact». З 2011 року запроваджено інкубаційну програму «Social Impact labs». Це – платформа для соціальних підприємців і фрілансерів, яка пропонує робочий простір, необхідне навчання та можливість познайомитися з потенційними партнерами. Тут соціальних підприємців розглядають як «фантазерів і крайніх реалістів з інноваційними рішеннями», які керуються місією соціального поліпшення»<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> Enterprising Non-profits Canada (ENP-CA). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialenterprisecanada.ca/>

<sup>53</sup> В. Назарук «Соціальні підприємства – новий тренд в Україні» // Новое время. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/opinion/nazaruk/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html>

## Підприємство у стадії зрілості

На стадії зрілості потреби соціальних підприємств – спільні з рештою компаній, проте вони – дещо розширені з огляду на специфіку діяльності. Ідеться про:

- поширення інформації про соціальне підприємство з метою підвищення обізнаності споживачів щодо соціальних цілей його діяльності;
- аудит і консалтинг щодо можливостей подальшого розвитку соціального підприємства без грантів та благодійних внесків;
- обмін досвідом соціальних підприємств через проведення навчальних турів, майстер-класів, тематичних тренінгів.

**Прикладом відзнак із розвитку соціального підприємництва** є британська програма «Santander’s Social Enterprise Development Awards» (SEDA). Її фінансує британська фінансова компанія «Santander» ([www.santanderseda.co.uk/](http://www.santanderseda.co.uk/)). Головною метою програми є підтримка соціального підприємництва та підприємств, які активно займаються благодійництвом на користь своїх громад. Грошова відзнака розміром 5 000–10 000 фунтів стерлінгів надається підприємствам, які працюють у напрямку посилення соціальної залученості (social inclusion)<sup>54</sup>, підтримки вразливих груп населення за рахунок підвищення кваліфікації, професійної підготовки та зайнятості, поліпшення стану довкілля, надання соціально значущих послуг і виробництва соціально значущої продукції тощо. Окрім грошової винагороди, переможці також отримують консультації від фахівців Inspire2Enterprise і доступ до програми підтримки бізнесу, разом із можливістю проходження тримісячного стажування<sup>55</sup>.

## Стагнація, вихід із ринку

- Проведення діагностики підприємства за всіма напрямками діяльності.
- Виявлення причин затухання бізнесу: вичерпання можливостей розвитку в певній організаційно-правовій формі; повне вирішення соціальної проблеми, на яку зорієнтоване підприємство, питання менеджменту тощо.
- Допомога в розробленні плану ревіталізації підприємства.
- Сприяння в реструктуризації підприємства, а за потреби – у його закритті.
- Сприяння в узагальненні напрацьованого досвіду та його використання для модернізації поточного чи запровадженні нового соціального підприємства.

На етапі стагнації соціальному підприємству важливо виявити причини затухання бізнесу: вичерпання можливостей розвитку в такій організаційно-правовій формі, повне вирішення соціальної проблеми, на яку було зорієнтоване підприємство, питання менеджменту тощо. Також важливо бізнес-асоціаціям і органам місцевого самоврядування сприяти узагальненню напрацьованого досвіду та його використанню для модернізації поточного чи запровадження нового соціального підприємства.

<sup>54</sup> Соціальна залученість або соціальна інтеграція (social inclusion) – відчуття всіма групами населення своєї цінності та важливості для суспільства.

<sup>55</sup> Inspire2Enterprise (I2E) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inspire2enterprise.org/about-us/>

# 10

## З ІНОЗЕМНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ефективним методом поповнення знань та уточнення уявлень про соціальне підприємництво є розгляд прикладів соціального підприємництва. Заслужують на увагу і люди, які знайшли інноваційні підходи для вирішення соціальних проблем. Адже ми зазвичай знаємо набагато більше про самі світові проблеми, аніж про людей, які докладають багато зусиль для їх вирішення.

Автори статті «Соціальне підприємництво: контент-аналіз» («Social Entrepreneurship: A Content Analysis»)<sup>56</sup> розглянули 567 статей і визначили 123 таких, у яких наводяться 366 прикладів соціального підприємництва в різних країнах світу. Подальший аналіз показав, що лише 35 із 366 прикладів було названо більш ніж в одній статті. Решту було згадано тільки один раз в одній зі статей. Найчастіше зазначаються такі соціальні підприємства, як «Grameen Bank» (14 згадувань); «Bangladesh Rural Advancement Committee» (6); «Ashoka» (6); «Ben and Jerry's» (6); «Partnership for a Drug-Free America» (4); «Delancey Street Foundation» (4); а також «Pioneer Human Services» (4). Серед згаданих соціальних підприємств частка жінок становить 40 %. Окремі приклади соціального підприємництва наведено нижче.



### Grameen Bank

<http://www.grameen-bank.net>

Хрестоматійним прикладом соціального підприємця є Мухаммад Юнус, а соціального підприємництва – його досягнення – «Грамін Банк». Назву можна перекласти українською мовою як «селянський банк». Незаможні селяни, не маючи змоги отримати кредит через офіційну банківську систему, позичали гроші в місцевих лихварів під непомірні відсотки, які не могли повернути, і перетворювались у жебраків. Перші кредити обсягом по 27 доларів М. Юнус надав сорока жінкам із села Джобра з власної кишені під невеликі відсотки і без традиційних форм застави. Жінки повністю повернули кредит, а М. Юнус переконався в тому, що вони вклали одержані кошти в розвиток власної ресурсної бази, необхідної для отримання доходів. Маючи, наприклад, швейну машинку, жінки змогли шити одяг і одержувати заробітки, достатні для погашення кредиту, придбання продуктів харчування, навчання дітей та виходу з бідності.

«Grameen Bank» зміцнив свої позиції завдяки отриманню відсотків за позиками і потім приступив до перерозподілу капіталу з метою надання допомоги іншій групі жінок. «Grameen Bank» виріс із невеликого локального експерименту у велику силу (майже 6 млн позичальників у Бангладеші), продемонструвавши приклад для наслідування іншим мікрокредиторам, які обслуговують незаможних людей у різних регіонах світу. За роки свого існування «Grameen Bank» перетворився в глобальну мережу інституцій із більш ніж 22 тис. працівників. Розроблену М. Юнусом модель мікрокредитування було адаптовано до особливих умов різних країн і культур, а мікрокредитування перетворилось у галузь світового масштабу. Організація та її засновник Мухаммад Юнус отримали Нобелівську премію миру у 2006 році.



### BRAC

<http://www.brac.net/partnership>

«BRAC» – міжнародна організація, яку заснував Фазл Хасан Абед у 1972 році після проголошення незалежності Бангладешу. Це – найбільша неурядова організація як з погляду кількості працівників (111 тис. осіб, 70 % з яких – жінки), так і з погляду чисельності людей, яким тим чи іншим способом було надано допомогу (138 млн). «BRAC» представлено в усіх 64 районах Бангладешу, а також в інших країнах Азії, Африки, Північної та Південної Америки. Самофінансування діяльності організації – на рівні

<sup>56</sup> Wendy Cukier, Susan Trenholm, Dale Carl, George Gekas, Social Entrepreneurship: A Content Analysis // Journal of Strategic Innovation and Sustainability, vol. 7(1). – 2011. С. 108.

70–80 %. Це відбувається за рахунок роботи низки соціальних підприємств, які працюють у молочній та інших галузях харчової промисловості, мережі магазинів роздрібною торгівлі виробами ручної роботи із сільських майстерень із назвами «Aarong», «Seed and Agro», «Chicken» тощо. «BRAC» має представництва в 14 країнах світу. Найбільшими донорами організації є DFID, DFAT, The Global Fund, EKN/NOVIB, BRAC USA, EACI QATAR, UNICEF, Family Health International 360.

З'явившись у 1972 році в місті Силхет як Організація допомоги біженцям війни за незалежність від Пакистану, «BRAC» відновила 14 тисяч будинків і побудувала кілька сотень човнів для рибалок. Також у цей час було відкрито медичні центри; надавались інші необхідні послуги населенню. Після повоєнної відбудови «BRAC» зосередилася на проблемах бідності, безземельного селянства і захисту материнства.

У 1974 році «BRAC» почала надавати позики населенню. До середини 1970-х років «BRAC» зосередилася на розвитку громад через програми розвитку, які охоплювали сільське господарство, рибальство, кооперативи, сільські ремесла, освіту для дорослих, здоров'я і планування сім'ї, професійну підготовку для жінок та будівництво громадських центрів. Організація має значні досягнення у сфері боротьби з туберкульозом та діареєю.



## Rugmark (нині – GoodWeave International)

<http://www.rugmarkindia.org>

На початку 1980-х років дитячий правозахисник Кайлаш Сатьярті (Kailash Satyarthi), лауреат Нобелівської премії миру 2014 року (разом із Малала Юсуфзай), побачив, як діти з бідних сімей ставали легкою здобиччю для трудових брокерів, що наймали працівників для різних галузей промисловості, у тому числі й для килимарства. Поневолені діти продавались власникам бізнесу, а ті змушували їх працювати по 12 і більше годин на день у жахливих умовах. Роздрібні торговці охоче брали красиві й недорогі килими, виготовлені дитячими руками.

Кайлаш Сатьярті розпочав боротьбу з трудовим рабством дітей з організації рейдів до компаній та виступів на захист дітей, сподіваючись, що зможе привернути увагу до проблеми. Але згодом він змушений був визнати, що цей підхід ніколи не зможе змінити системи. Остаточо Сатьярті це зрозумів, коли, повертаючись після чергового (досить успішного) рейду додому, побачив трудових брокерів, які сідали в потяг із новими групами поневолених дітей. Звільнення 10, 20, навіть 200 дітей не вирішувало проблеми, оскільки на їхнє місце приходили нові діти.

Розмова з літньою жінкою підказала Сатьярті можливий шлях вирішення проблеми. Жінка розповіла, що придбала килим, не маючи поняття про те, як його було зроблено. Проте щойно вона дізналася, що його, імовірно, було виткано дітьми, вона відчула, що не має іншого виходу, окрім як викинути його. «Я – дуже стара», – сказала вона, – «але ти – молодий, і ти повинен зробити щось, аби я змогла купити новий килим». Кайлаш Сатьярті зрозумів, що ситуацію можуть змінити освічені споживачі, які б відмовилися купувати килими, зроблені з використанням рабської дитячої праці, а натомість віддали б перевагу відповідальному та свідомому виробнику.

У середині 1990-х років він започаткував «Рагмарк» (Rugmark) (нині – GoodWeave International) – першу програму добровільного маркування килимів, що засвідчувало їх виробництво без використання дитячої праці. На сьогодні «GoodWeave International» працює у всьому світі, забезпечуючи програму сертифікації, яка дає змогу компаніям, що проходять перевірку, мати маркування, яке підтверджує, що їх продукт зроблено без залучення дитячої праці. Понад 130 килимових імпортерів і роздрібних торговців, включаючи «Target», зобов'язалося закуповувати килими у виробників, сертифікованих за «GoodWeave».



## АРОРО

<https://www.apopo.org/en>

«АРОРО» (скорочення від Anti-Persoonsmijnen Ontmijnende Product Ontwikkeling – «розвиток продуктів виявлення протипіхотних мін») – зареєстрована бельгійська неурядова організація, яка готує гамбійських хом'якових («сумчастих») щурів для пошуку і виявлення протипіхотних мін та бацил туберкульозу. За допомогою щурів понад 8 млн кв. м землі було очищено від близько 1 000 мін. Щури також виявили понад 7 000 хворих на туберкульоз, багато з яких не мало такого діагнозу від місцевих клінік.

Барт Вітенс (Bart Weetjens), засновник «АРОРО», дійшов висновку, що найбільшою перешкодою для очищення замінованих земельних ділянок від наземних мін була висока вартість технологій, які передбачали використання дорогого устаткування і навчених собак. Для країн, нашпигованих мінами, придбати розмінувальні машини було досить складно. Водночас вага собак робила їх вразливими і збільшувала ймовірність вибуху мін. Розчищення мінних полів відбувалося дуже повільно.



Барт Вітенс тримав у дитинстві щурів як домашніх тварин і знав, що вони – розумні та піддаються тренуванню. Їх можна навчити винюхувати міни. Окрім того, вони мають невелику вагу, і навіть якщо пацюк наступить на міну, детонації не відбудеться.

На навчання кожного щура, яке триває близько 7 місяців, витрачається в середньому 7 770 доларів. Це – утричі менше, ніж на навчання собаки. Після завершення навчального курсу щурів відправляють до різних країн, де є мінні поля. Неофіційна назва підготовлених щурів – «Hero Rat» («щур-герой»). Підготовка щурів за цією програмою розпочалась у 1997 році в Бельгії, з 2000 року штаб-квартира «АРО-РО» розташована в Танзанії. З 2003 року організація діє в Мозамбіку, де 30 щурів від початку проведення операції виявили 1 500 мін і повернули населенню цієї країни 2,5 млн кв. м (250 га) території. Країни та організації можуть скористатися послугами «АРОРО», щоб очистити землю від мін, із меншими витратами, ніж це було, можливо, раніше. Барт Вітенс також навчив своїх щурів винюхувати туберкульоз у мокроті. Це – дешева і легкодоступна «технологія», що дає змогу віддаленим, ізольованим клінікам діагностувати туберкульоз, у результаті чого пацієнти можуть отримувати лікування якомога раніше.



## «Підручники на обмін» (Textbooks for Change)

<https://textbooksforchange.com>

<https://twitter.com/textbooks4c>

<https://www.facebook.com/TextbooksForChange>

Ідея збору непотрібних підручників у студентів старших курсів та перепродажу їх за дешевою ціною першокурсникам виникла у студента Західного університету (Лондон, Канада) Кріса Янсена. У 2012 році він збирав гроші для компанії «Террі-Фокс» і звернув увагу на дорожнечу нових підручників, книжкові зібрання старшокурсників, а також на те, що студенти шукають дешевші книжки в букіністів. Так було зібрано перші 500 доларів. Проект набув подальшого розвитку після обговорення його з другом Томом Хартфордом. Разом хлопці взялися збирати та розповсюджувати використані підручники, а виручені кошти використовували для надання мікрокредитів підприємцям через онлайн-мережу макрофінансових організацій «Ківа». Оскільки послуги почали користуватися значним попитом, було вирішено налагодити продажі через мережу Інтернет. Бізнес-ідея стала популярною не лише в Західному університеті, але й у всій країні та за її межами. На початку 2014 року Кріс та Том створили підприємство, яке перетворилося на корпорацію і одержало спеціальний статус (B Corporation) як компанія, що діє в інтересах суспільства та довкілля. Підприємство такого типу було першим у Лондоні (Канада), і воно стало одним із упізнаваних підприємств такого типу в країні.

За даними сайту компанії, студентами було пожертвовано 250 тис. підручників, завдяки чому вдалося зберегти 3 054 дерева. «Що для одного сміття, то для іншого – скарб» – цей девіз мотивує власників непотрібних уже підручників жертвувати їх на користь інших. Книжки, видані не раніше, ніж 15 років тому, збирають через контейнери, встановлені на території 28 університетських кампусів Канади. Половина з них надсилається безкоштовно до університетів Східної Африки, 20 % – продається за дешевими цінами на території Канади, а 30 % зібраних підручників, що є не придатними для використання, утилізується.

Ідея надсилати підручники до африканських країн з'явилась у Кріса під час його стажування в Кенії. Він помітив, що там не вистачає підручників, і студенти обмінюються ксерокопіями часто морально застарілих джерел. Нині партнерами компанії є 7 кампусів зі Східної Африки. «Зробимо освіту правом, а не привілеєм» – ось девіз цього напряму діяльності. Завдяки роботі соціального підприємства якісною літературою та журналами було безкоштовно забезпечено 220 тис. студентів, які здобувають вищу освіту в Кенії.

Команда проекту складається з 15 осіб та університетських послів з різних кампусів Канади, які працюють неповний робочий день. Компанія має офіс у Торонто і склад у Гамільтоні.

Виручені від перепродажу підручників кошти використовуються для видачі мікрофінансових позик, пожертв для некомерційних організацій та соціально спрямованих студентських клубів. Поки що бізнес функціонує лише в Канаді, здебільшого – у провінції Онтаріо, однак Кріс Янсен планує поширити його й на територію США.



## Medic Mobile

<http://medicmobile.org>

У країнах Африки, особливо у віддалених районах, постійно не вистачає лікарів і медсестер. Соціальні підприємці виявили, що парапрофесіонали, оснащені комунікаційними інструментами, можуть узяти на себе багато функцій із обслуговування хворих, вивільняючи лікарів-професіоналів для більш спеціалізованих та критичних випадків. Некомерційна організація «Medic Mobile» («Мобільний медик»)

забезпечує працівників телефонами та необхідними додатками до них (Frontline SMS і технологічні модулі). Програмне забезпечення «Medic Mobile» дає змогу лікарям відповідати на запити щодо віддаленого лікування хворих, екстрено реагувати на загострення, визначати потрібні вакцини, координувати дитяче та материнське лікування, повідомляти про належні дози препаратів, з'єднувати ВІЛ-позитивних пацієнтів із групами підтримки, економити лікарям час і паливо, необхідні для візитів у віддалені села. «Medic Mobile» працює у двадцяти країнах світу, здебільшого – в Африці на південь від Сахари, а також в Азії, Латинській Америці та США. Його мобільні додатки використовують 8 тис. лікарів і медсестер, які обслуговують близько 6 млн осіб. У 2014 році «Medic Mobile» отримала премію за соціальне підприємництво від Фонду Сколла.

Головою і співзасновником «Medic Mobile» є Джош Несбіт (Josh Nesbit). Раніше він також заснував компанію з переробки телефонів «Hope Phones», до якої включилися мільйони американців. Джош Несбіт тісно співпрацює з фондом Ашоки, Echoing Green, Rainer Arnhold і PopTech Social Innovation. У 2011 році журнал «Forbes» назвав його одним із 30 провідних соціальних підприємців у світі.



## Жінки, як і ми (Women like us)

<http://www.womenlikeus.org.uk>

<https://www.facebook.com/womenlikeus?fref=ts>

Робота організації розпочалась у 2005 році. Ініціаторками її створення були бізнес-консультантки Емма Стюарт і Карен Меттісон, молоді матері та колеги, які хотіли працювати у вільний від догляду за дітьми час. Відчувши на власному досвіді, як важко знайти гарну роботу та реалізувати свої професійні навички повною мірою, залишивши попереднє місце роботи через народження дитини; як складно поєднувати свою професійну діяльність із новими родинними обов'язками, продовжувати розвиватись як особистість, ці жінки взялися допомагати таким, як і вони.

Спочатку це були безкоштовні онлайн-добірки порад і настанов, форуми в Інтернеті, де жінки, які вже мали досвід пошуку роботи після перерви для догляду за дітьми, ділилися секретами успіху. Потім у Лондоні почали організовуватися спеціальні семінари для жінок.

У 2007 році організація стала соціальним підприємством, що дало змогу захистити її соціальну місію та працювати як бізнес-структурі з роботодавцями і владою на комерційних засадах. Модель виявилася такою успішною, що її було рекомендовано для запровадження на національному рівні. У 2012 році було створено онлайн-сервіс для пошуку підробітку у вільний час. Те, що такий сайт був актуальним, підтверджує кількість відвідувачів та учасників, яка впродовж трьох місяців після його появи в мережі сягнула понад 50 тис. і 34 тис. відповідно. З 2014 року працює сайт для роботодавців, які потребують працівників на неповний робочий день. Емма Стюарт взаємодіє з політиками, які формують громадську думку щодо зайнятості жінок, шукає спонсорів та нові ініціативи для поліпшення стану матерів, які працюють. Карен Меттісон співпрацює з роботодавцями в різних сферах діяльності щодо розвитку системи гнучкого найму та збереження талановитих працівників.

Результати роботи організації та її співзасновниць знайшли визнання з боку відомих організацій країни і були відзначені більш ніж десятком нагород за суттєву допомогу жінкам та інноваційну роботу як соціального підприємства.

Усі напрями роботи, які забезпечує організація, стали частиною громадської організації «Timewise Foundation», що опікується проблемами розвитку ринку праці часткової зайнятості. Під егідою організації також працює компанія «Найми мене по-моєму» (Hire Me My Way), яка здійснює пошук роботодавців, що потребують працівників на неповний робочий день, а також працівників, які шукають такої роботи.



## Kiva Microfunds

<https://www.kiva.org>

«Kiva Microfunds» – американська некомерційна організація, яка забезпечує можливість видавати безпроцентні позики безпосередньо від кредиторів позичальникам. Своєю місією «Kiva» вважає боротьбу з бідністю шляхом надання змоги підприємцям отримувати кошти на реалізацію ідей, стаючи фінансово незалежними.

«Kiva» досягла успіху завдяки створенню нової технології, що дала змогу робити речі, які раніше були неможливими. Перш ніж Метт Фланнері (Matt Flannery) і Джессіка Джеклі (Jessica Jackley) створили платформу «Kiva», кредитування дрібних позичальників у бідних країнах з боку невеликих кредиторів із багатих країн було майже неможливим. Потенційні кредитори не могли надавати кошти через мікрофінансові інституції. Натомість вони мали, дотримуючись благодійності, робити пожертви для неурядових організацій, які пропонували мікрофінансові програми в бідних країнах.

Платформа «Ківа» створила технологію, що допомогла подолати ці бар'єри. Мікрокредитори з усього світу можуть надавати кредити розміром до \$ 25 для мікропозичальників у бідних країнах. «Ківа» управляє угодами, транзакціями, запитами, судовими витратами за допомогою своєї глобальної мережі фінансових інституцій, а через партнерів на місцевому рівні – перевіряє позичальників. Витрати на проведення операції різко впали, оскільки все більше кредиторів і позичальників почало використовувати платформу. «Ківа» користується коефіцієнтом погашення 98 % із моменту свого заснування у 2005 році.



## OneWorld Health

<http://www.path.org>

Вікторія Хейл, колишній вчений фармацевтичної компанії і штатний співробітник Управління із санітарного нагляду за якістю харчових продуктів та медикаментів (США), створила інститут «OneWorld Health» (iOWN) для вивчення ситуації з фармацевтичними препаратами, які було розцінено як неперспективні для ринку розвинених країн і такі, що не можуть забезпечити прибуток у країнах, що розвиваються. Вона вирішила, що деякі лікарські засоби можна перепрофілювати для боротьби з ендемічними хворобами в найбідніших країнах світу.

Першою мішенню для iOWN стала хвороба – вісцеральний лейшманіоз, або чорна лихоманка. Хвороба, що переноситься мухами, щорічно вражає півмільйона і вбиває 30 тис. людей, здебільшого в сільських районах Індії та Східної Африки. Люди помирили від цієї хвороби не тому, що хвороба була невеликою, а тому, що лікування було занадто дорогим. Хейл виявила препарат, який не був повністю розробленим, але роботу над яким було зупинено. Вона вірила, що паромоміцин може бути використано для лікування чорної лихоманки. Клінічні випробування в Індії підтвердили її припущення. Економія на витратах на розробку лікарського засобу допомогла iOWN переконати уряд Індії зробити препарат паромоміцин доступним для тих, хто страждає на чорну лихоманку.

«OneWorld Health» було засновано в Сан-Франциско у 2000 році. Із грудня 2011 року «OneWorld Health» працює як міжнародна некомерційна організація PATH (global health organization), яка має на меті проведення перетворень у сфері охорони здоров'я світу за рахунок інновацій. Організація працює з партнерами в усьому світі задля виявлення потенційних нових лікарських засобів для лікування хвороб, що вражають вразливі групи населення; відстежує рівень доступності ліків для них; співпрацює з виробниками лікарських засобів та дистриб'юторами.



## Proximity Designs

<http://www.proximitydesigns.org>

Понад 70 % населення М'янми залежить від сільського господарства. Більшість селянських господарств має невеликі наділи для ведення споживчого сільського господарства. Уряд країни, що важко виходить із тривалого періоду диктатури, не має ні фінансових ресурсів, ні можливостей для підтримки цієї категорії населення. Приватний бізнес, що входить до країни, свою увагу насамперед зосереджує на більших і розвинутіших господарствах, які спеціалізуються на рисівництві. Сільські невеликі ферми – покинуті напризволяще, позбавлені інформації, спорядження, можливості навчання, які б могли зменшити їх вразливість та підвищити продуктивність.

Засновники «Proximity Designs» були сповнені рішучості змінити таку ситуацію. У 2004 році Джимом Тейлором (Jim Taylor) та Деббі Аун Дін (Debbie Aung Din) було відкрито регіональний офіс програми «International Development Enterprises», який у 2008 році став самостійною організацією «Proximity Designs». Головною метою організації є боротьба з бідністю серед селянських сімей у М'янмі за допомогою продуктів і послуг, спеціально розроблених для фермерів із низькими доходами.

«Proximity Designs» наймає професійних дизайнерів, інженерів та етнографів для розроблення потрібних селянам недорогих і якісних пристроїв. Організація має дизайнерську лабораторію в М'янмі, яка тестує нові продукти та послуги. Також «Proximity Designs» надає гарантійну підтримку та послуги з ремонту техніки, вивчає задоволеність споживачів і ступінь поліпшення сімейних доходів. Недорогі продукти «Proximity Designs» продаються у М'янмі під брендом «Yetagon» і передбачають: ножні іригаційні насоси, які качають воду зі свердловин, річок, інших водойм; системи крапельного зрошення; портативні резервуари для зберігання води. Організація надає й консультативні послуги, завдяки яким фермери опановують недорогі та прості сільськогосподарські методи, що допомагають збільшувати врожаї, захищати господарства від втрат, спричинених шкідниками, хворобами або зловживанням пестицидами.



Окрім того, «Proximity Designs» впроваджує сільські гуманітарні програми, що стимулюють розвиток інфраструктури та робочих місць. З 2008 року було реалізовано понад тисячу сільських проектів на постраждалих від циклону територіях у дельті Іраваді та посушливій центральній області М'янми. Із дня свого заснування «Proximity Designs» продала більш ніж 110 тис. своїх виробів, які допомогли 400 тис. селян суттєво збільшити їхні доходи. У 2012 році «Proximity Designs» та її засновники отримали премію за соціальне підприємництво від Фонду Сколла.



## International Enterprises Development

<https://www.ideglobal.org>

«International Enterprises Development» (IDE) – міжнародна некомерційна організація, що займається підтримкою соціального підприємництва у сфері сільського господарства.

Організацію було утворено в 1982 році канадським підприємцем Полом Полаком. Він зосередив свої зусилля на виробництві, маркетингу та впровадженні систем мікрозрошення і систем рекуперації води в країнах, які відчувають нестачу водних ресурсів. IDE провадить свою діяльність через мережі місцевих постачальників, які, згідно з договором із компанією, продають системи за невисокою ціною. Ціноутворення побудовано так, щоб місцевий фермер мав можливість окупити систему за один сезон збирання врожаю. Ця стратегія дає змогу фермерам збирати більші врожаї і залишатися конкурентоспроможними на тлі великих сільськогосподарських виробників. Головний офіс IDE розташований у Денвері, США. Філії розташовані в Канаді та Великобританії.

# 11

## ПРИКЛАДИ УКРАЇНСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ



### Платформа «Тепле Місто»

<http://warm.if.ua>

<https://facebook.com/warmifua>

«Тепле Місто» – платформа для реалізації ініціатив та синергії між ними.

Місія: створення нових можливостей для самореалізації мешканців Івано-Франківська з метою досягнення високого рівня якості життя в місті через більший потенціал, довіру та амбітність.

Цінності: відкритість, проактивність, гідність, теплота. Сім основних напрямів, за якими «Тепле Місто» реалізує свої проекти й надає гранти: прогресивна освіта, сучасне мистецтво, міський простір, розвиток прогресивного підприємництва, стала мобільність, екологія та енергоефективність, спорт.

Автором концепції «Тепле Місто» є місцевий 34-річний підприємець Юрій Філюк. До фінансової кризи 2008 року він працював у Києві на кредитному ринку. Повернувшись до Івано-Франківська відпочити, залишився тут і почав займатися ресторанним бізнесом. Юрій є співзасновником мережі «23 ресторани». Залишаючись співвласником мережі, підприємець відійшов від управління бізнесом і займається розвитком міського середовища, комфортного для життя всіх мешканців.

У Франківську Юрій задумався над тим, як зробити місто більш комфортним та динамічним. Його ідея полягала в тому, щоб залучити мешканців до розвитку міста та досягти того, аби Франківськ увійшов до десятки найпрогресивніших міст світу. Рідний Івано-Франківськ зустрів Юрія теплими кав'ярнями і теплими людьми, тому виникла назва «Тепле Місто». Також «теплий» означає мати «свій шлях».

Створенню «Теплого Міста» передував проект «Візуальний стиль міста». З цієї ідеєю Юрій звернувся до спеціаліста компанії «Aimbalance» Романа Гавриша. Було розроблено емблему Івано-Франківська, яку утворили архітектурний фундамент Ратуші в поєднанні з геометричним елементом одного стібка вишивки. Розроблений логотип міста увійшов у short-list фестивалю реклами «Каннські леви» у категорії «Large Scale Logo» і став одним із 5-ти найкращих логотипів у світі у 2014 р.

У рамках проекту активісти почали також розробляти «правильні вивіски» для міста. Гайдлайни для вивісок розробили в компанії «Aimbalance». Виготовленням макетів зайнялася команда дизайнерів і архітекторів на чолі з Миколою Шкварком, які об'єдналися з групою Юрія Філюка для створення візуального стилю Івано-Франківська. Проект профінансували 46 меценатів. Це були підприємці та звичайні мешканці міста. Спільними зусиллями вдалося покрити повний бюджет розробок у розмірі 8,5 тис. доларів.

Проект «Візуальний стиль міста» став основою для створення середовища «Теплого Міста», що з'явилося навесні 2014 р. Воно об'єднує активних людей, які генерують ідеї для розвитку Івано-Франківська і намагаються втілити їх у життя. Із кожним новим проектом коло співініціаторів, прихильників, уболівальників «Теплого Міста» ставало все більшим. До «Теплого Міста» вирішила приєднатися спільнота архітекторів і дизайнерів на чолі з Андрієм Назаренком. Саме вони запропонували ідею проекту «Грюнвальдська», яка полягала в розробленні зразка ідеального міста на прикладі однієї вулиці. Для реалізації цієї ідеї було обрано невелику вулицю Грюнвальдську, що має багату історію та охоплює будівлі практично всіх етапів розвитку міста. Планується переглянути транспортні шляхи вулиці та зберегти зелені лінії дерев, зробити з двох скверів рекреаційні зони, змінити вивіски, реставрувати фасади будівель та комунікації, перевести вулицю на альтернативне енергозабезпечення. На реалізацію проекту потрібно сім років.

Фізичною платформою «Теплого Міста» став громадський ресторан «Urban Space 100», який було відкрито 27 грудня 2014 р. «Urban Space 100» – сучасний ресторан в урбаністичному стилі, що є прикладом соціального підприємства та об'єднує активних людей довкола ідеї розвитку свого міста.

Ідея «Urban Space 100» виникла випадково за розмовою з друзями. Засновниками ресторану стали 100 соціально активних людей, які вклали в його відкриття по \$ 1 000. Ресторан став майданчиком для розвитку міста, де постійно відбуваються дискусії, презентації, прес-конференції, кінопокази. Тут є кіоск із продукцією українських виробників, книжковий магазин українських видань. У 2016 р. було відкрито літній майданчик.

Управління ресторану здійснюється компанією «23 ресторани», яка отримує за це 20 % від чистого прибутку. Решта – 80 % прибутку ресторану – спрямовується на реалізацію громадських проектів міста. Рішення про те, які ідеї підтримати, приймаються акціонерами.

На сьогодні «Urban Space 100» став одним із обов'язкових об'єктів, куди заходять туристи, які приїхали до міста. Протягом 2016 року заклад відвідали 115 429 гостей, було продано 453 книги, було проведено 229 подій із можливістю онлайн-трансляції. За рахунок грантової програми ресторану фінансову підтримку одержали 38 проектів – на суму 594 820,00 грн. Упродовж 2016 року «Urban Space 100» отримувал численні нагороди та відзнаки:

- 2-ге місце в Лейпцизькій премії інтегрованого розвитку України;
- фіналіст номінації «Найкраще міське кафе» ресторанної премії «Сіль»;
- 100 найкращих ресторанів України за версією журналу «Новое Время»;
- відзнака доступності закладу для людей з особливими потребами;
- нагорода конкурсу сталих бізнес-рішень «СТАЛО».

Формат «Urban Space 100» – унікальний не лише в Україні, але й у світі. За два роки діяльності до «Теплого Міста» надійшло понад 200 звернень із зацікавленістю щодо франшизи, у тому числі з Росії, Казахстану, Молдови, Бельгії, Німеччини, Франції, Ірландії, США. У планах на 2017 рік – відкриття «Urban Space 500» у Києві, партнером якого буде ГО «Інша освіта». Ресторанний менеджмент забезпечить «DRUZI Cafe & Bar». «Urban Space 500» стане першим простором, відкритим за прототипом за соціальною франшизою від платформи «Тепле Місто». Меценатами громадського ресторану стануть 500 соціальних інвесторів, які безповоротно вкладають у проект по \$ 1 000. Далі, імовірно, заклад з'явиться в Краматорську та Берліні. Засновники наголошують, що це – соціальна франшиза, тобто передання досвіду громадської організації.

На старті все розпочиналось як суто волонтерство, напівволонтерство. Нині команда «Теплого Міста» займається адмініструванням організації в цілому і складається з 18 осіб, які працюють на постійній основі. Окрім того, усі члени команди є лідерами конкретних проектів. Є також наглядова рада, що складається з 12 осіб. Це – спеціалісти в різних сферах, які допомагають із визначенням стратегічного розвитку. Зміна людей у наглядовій раді відбувається по чотири особи раз на два роки. Отже, зберігається правонаступництво – цілі та ідеї мають розвиватись і продовжуватись. Також до тих чи інших проектів залучаються волонтери. Основна комунікаційна форма – Facebook.

Від самого початку заснування «Теплого Міста» платформу підтримують бізнес-компанії благодійними внесками або наданням професійних послуг. На сьогодні до проекту приєдналися 57 бізнес-партнерів. Зі свого боку «Тепле Місто» теж намагається дати бізнесу нові знання. Кілька разів на рік «Тепле Місто» запрошує лекторів із бізнес-шкіл та організовує для своїх партнерів поїздки на навчання. Регулярно платформа збирає всіх разом, щоб «локальний бізнес розвивався через активнішу комунікацію одних з одними»; тривають переговори про можливі навчальні програми від Києво-Могилянської бізнес-школи для локального бізнесу в Івано-Франківську.

За підтримки місцевих підприємців Юрію Филюку з командою вдалося в середині 2015 року запустити програму «Міські гранти». Щоквартально на неї виділяється 60 тис. грн, які на конкурсній основі розподіляють між проектами-переможцями. Загалом за рік «Тепле Місто» втілює до півсотні ініціатив. Це – спортивні фестивалі, мистецькі заходи, освітні програми, інфраструктурні проекти. Основні напрями діяльності програми: прогресивна освіта, сучасне мистецтво, енергоефективність, розвиток міського простору, спорт, стала мобільність і розвиток прогресивного підприємництва. Усі проекти будуються так, щоб не залежати або мінімально залежати від влади. «Тепле Місто» – це платформа, яка прагне нести зміни через активізацію суспільства за допомогою освіти та різноманітних проектів; вона привертає увагу суспільства, намагається підвищити соціальну активність та розвинути солідарність.

Завдяки гранту від співзасновників «Urban Space 100» було розпочато реалізацію проекту «Urban Space Radio», інформаційний запуск якого відбувся 4 листопада 2015 р. Це – перше громадське радіо посеред громадського простору, головною темою якого є урбанізм. В ефірі – сучасна і якісна українська музика, власні інформаційні програми про актуальні проблеми міст та шляхи їх вирішення. За час існування радіо було запрошено 280 гостей, взято 180 інтерв'ю, зроблено 80 авторських програм, проведено 2 000 опитувань респондентів.

Нині триває масштабний проект «Промприлад», що передбачає створення в Івано-Франківську на базі колишнього заводу «Промприлад», який розташований у центрі міста, освітньої та креативної платформи нового формату. Колишній завод, за задумом Філюка, стане масштабною базою для розвитку місцевого бізнесу і культури та мотивуватиме повертатися з-за кордону українських емігрантів. Діяльність платформи стосуватиметься чотирьох напрямів: нова економіка, сучасне мистецтво, неформальна освіта та урбаністика. Бізнес-план для проекту розроблятиме американська компанія «SRI International», якій належать такі винаходи, як Інтернет, банківські кредитні картки та багато інших. Над розробленням робочого архітектурного проекту працюватиме фірма «CANactions». Проект розпочався у 2015 році, його організаційна фаза триватиме до 2020 року, а далі платформа функціонуватиме на засадах самодостатності та самореалізації.

Діяльність платформи «Тепле Місто» є прозорою та відкритою. На сайті постійно оновлюються відомості щодо проектів, розподілу коштів на ідеї, щорічних та щомісячних звітів.

Використані джерела:

- 1) Офіційний сайт платформи «Тепле місто». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://warm.if.ua/>
- 2) Кучерява Н. Тепле місто: Юрій Філюк про проекти, які змінюють Івано-Франківськ / Платформа, 18 липня 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pb.platfor.ma/yuriy-filyuk/>
- 3) Тепле місто: урбан-ініціативи Івано-Франківська / INSIDER, 11 серпня 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.theinsider.ua/lifestyle/teple-misto-urban-initsiativi-ivano-frankivska/>
- 4) Рокицька А. Тепле місто Івано-Франківськ / Вокруг света, 13 грудня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vokrugsveta.ua/people/teple-misto-ivano-frankivsk-13-12-2016>
- 5) Розмова з керівником платформи «Тепле Місто» / Мой город, 15 квітня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://mg.od.ua/blog/interview\\_Yuri\\_Filyuk/](https://mg.od.ua/blog/interview_Yuri_Filyuk/)
- 6) П'єцух М. Секрети успіху від засновника «Теплого Міста» Юрія Філюка / Українська правда, 13 грудня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2016/12/13/7129607/>



## Соціальна пекарня «Горіховий дім»

<http://gorihoviydim.com.ua>

<https://www.facebook.com/pg/HD.Pekarnia>

«Горіховий дім» – це підприємство, головною місією якого є подолання бідності засобами соціального підприємництва. «Горіховий дім» охоплює два компоненти: бізнес-складову (пекарня, їдальня, кейтеринг-послуги) та соціальну складову (фінансування Центру для жінок, які потрапили у важкі життєві обставини; працевлаштування вразливих груп населення Львова; надання харчування безхатченкам).

Від часу утворення підприємство пройшло непростий шлях становлення та розвитку. Соціальну пекарню «Горіховий дім» було засновано у Львові в липні 2011 року з метою отримання прибутків для фінансування Центру інтегральної опіки для жінок, які опинились у кризових ситуаціях. Центр було створено громадською організацією «Народна допомога – Львів» роком раніше, але на цей час він і сам опинився в кризовій ситуації. Обіцяної допомоги від міської влади на фінансування Центру не надійшло, а грантових коштів та пільгового кредиту, одержаного від голландців, не вистачало на реалізацію соціальних проектів «Народної допомоги».

Засновниками «Горіхового дому» стали Юрій Лопатинський, директор МГО «Народна допомога – Львів», Остап Онишко, виконавчий директор соціальної пекарні «Горіховий дім», громадська організація «Народна допомога – Львів».

Відкриття соціальної пекарні стало можливим завдяки грантовій підтримці від Фонду «Східна Європа» за рахунок коштів, наданих Американською торговельною палатою в Україні та Агентством США з міжнародного розвитку.

Для відкриття «Горіхового дому» було орендовано частину приміщення їдальні на швейному заводі «Троттола». Перше печиво випікав один із засновників – Юрій Лопатинський – із допомогою ще двох працівниць. Із часом з'явилося двоє професійних пекарів із помічниками. Це дало змогу налагодити роботу у дві зміни. У денну зміну випікалися печиво та булочки, частину яких одразу продавали жінки на території заводу. Виготовлене після булочок печиво пакувалось і його розвозив керівник пекарні по крамницях. У нічну зміну випікалися прецлі (бублики-завитки з дріжджового тіста) та здоба.

Невдовзі після відкриття пекарня вийшла на рівень прибутку. Поступово вона почала розширюватись і збільшувати свій асортимент. Нині пекарі готують понад 30 різновидів печива та 10 видів булочок. Разом із асортиментом почали розширювати й ринок збуту печива. Спершу основними клієнтами

пекарні були кав'ярні та кондитерські, потім було налагоджено продаж продукції в магазини. На сьогодні функціонує власна торгова точка; також організовано доставку печива на замовлення додому.

Для випікання печива в «Горіховому домі» використовуються лише натуральні продукти, без барвників, ароматизаторів та емульгаторів. Спеціально розроблені або адаптовані рецептури забезпечують тривале зберігання печива без використання хімічних добавок. Неодмінною частиною роботи пекарні є намагання донести до споживача соціальну місію проекту «Горіховий дім».

У 2014 році підприємство переїхало в більше приміщення площею 300 квадратних метрів. У червні 2016 року було засновано благодійну організацію «Фонд Горіховий дім». Пекарня отримала пільговий кредит від підприємницького фонду «Western NIS Enterprise Fund» на суму 700 тис. грн для розширення проекту. Завдяки цьому, окрім пекарні, відкрилися нові бізнес-напрями: кейтеринг-послуги та соціальна їдальня, доставка обідів до офісів Львова.

За рахунок прибутку «Горіховий дім» утримував гуртожиток на 12 місць для жінок, які потрапили у скруту, та безхатченків. Окрім даху над головою, жінки отримували допомогу психолога та соціального працівника, а також їм сприяли у відновленні втрачених документів тощо. До колишнього способу життя повернулося менш ніж 20 % жінок, хоча після аналогічних державних програм знову береться за старе близько 45 %. Жінки з кризового центру також залучалися до роботи в пекарні. «Горіховий дім» співпрацює з Центром обліку та нічного перебування бездомних осіб – постачає гарячі страви в пункти обігріву.

31 жовтня 2016 р. команді довелося тимчасово припинити роботу жіночого центру через проблему подальшої оренди будинку. Жінкам, які перебували там на той час, допомогли знайти житло і роботу. Перспектива продовжити розпочату справу з'явилась із підписанням договору з Львівською міською радою про оренду будинку (1 грудня 2017 р.), де планується створити жіночий центр, який поєднає в собі кілька елементів: місце для життя та інтеграції жінок, які перебувають у кризі, + громадський простір + їдальня та міні-пекарня, де працюватимуть клієнтки Центру.

Завдяки партнерам «Renovabis» та Благодійному фонду імені Митрополита Андрія Шептицького командою «Горіхового дому» організовується навчання для громадських активістів, священників і чернецтва УГКЦ зі створення та розвитку соціального підприємництва. Навчання з курсу, що має назву «Соціальне підприємництво: від ідеї до втілення», уже проведено в Тернополі, Ужгороді, Яремчі, на черзі – Київ, Львів, Одеса. Водночас команда активно вивчає зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва, зокрема, Німеччини, Франції, США.

У рамках проекту «USAID RESPOND» Юрій Лопатинський став ментором для соціальних підприємців-початківців.

Використані джерела:

- 1) Офіційний сайт соціальної пекарні «Горіховий дім». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gorihoviydim.com.ua/>
- 2) Хилюк М. Печиво від Соціальної пекарні «Горіховий дім» / Львів. Відкрий Львів для себе, 4 лютого 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://openlviv.com/pechivo-vid-sotsialnoyi-pekarni-gorihoviy-dim/>
- 3) У Львові можна скуштувати Добру справу // Портал громадських організацій Львова – NGO. Серпень, 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ngo.lviv.ua/index.php?catid=1?id=16246:2013-09-04-13-36-52>Itemid=3>option=com\\_content>view=article](http://ngo.lviv.ua/index.php?catid=1?id=16246:2013-09-04-13-36-52>Itemid=3>option=com_content>view=article)
- 4) Соціальне підприємництво – бізнес задля доброї справи / Простір «Часопис». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chasopys.ua/events/event-391.html>
- 5) Нагорняк І. Соціальне підприємництво в Україні: мрія чи необхідність? / Соціал-Демократична Платформа. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sdplatform.org.ua/blogs/50/socialne-pidpriemnictvo-v-ukraini-mria-ci-neobhidnist>
- 6) Добрих справ майстри. В Україні зароджується новий тип бізнесу – соціальні підприємства / Кореспондент.net, 5 березня 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/business/economics/3314885-korrespondent-dobrykh-sprav-maistry-v-ukraini-zarodzhuietsia-novyi-typ-biznesu-sotsialni-pidpriemstva>
- 7) ГО «Народна допомога» та соціальна пекарня «Горіховий дім» (Львів) / Соціальне підприємництво в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidpriemstva/katalog/97-ho-narodna-dopomoha-ta-sotsialna-pekarnia-horikhoviy-dim-lviv>
- 8) Лігостова О. «Горіховий дім»: Як робити успішний бізнес плюс добрі справи. Відео / Голос Америки, 24 січня 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrainian.voanews.com/a/3688578.html>



- 9) Назарук В. Соціальні підприємства – новий тренд в Україні / Новое время, 20 грудня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/opinion/nazaruk/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html>
- 10) Добрі справи Горіхового дому / Соціальна мережа «Facebook», 13 січня 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/notes/Gorixoviy-dimwalnut-house/dobri-spravi-gorixovogo-domu/1195524057151931>
- 11) Тулуп М. Горіховий дім. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukr.lb.ua/society/2016/11/23/351522\\_gorihoviy\\_dim.html](http://ukr.lb.ua/society/2016/11/23/351522_gorihoviy_dim.html)



## Львівська міська громадська організація «Туристсько-спортивний клуб «Манівці»

<http://manivci.org>

<https://www.facebook.com/manivci.org>

Турклуб «Манівці» займається організацією навчально-тренувальних зборів і мандрівних дитячих таборів, туристичних мандрівок (річками, горами, печерами) та змагань, організовує спортивні, культурні заходи, свята і фестивалі, проводить корпоративні заходи та тренінги для фінансування соціальних проектів клубу.

Мета організації: сприяння розвитку спортивно-оздоровчого туризму в м. Львові.

Фінансування проектів клубу здійснюється за рахунок добровісних внесків, грантів, а також діяльності соціального підприємства з організації корпоративних заходів, індивідуальних мандрівок, змагань, фестивалів, тренувальних зборів. 60 % прибутку клубу передбачається для реалізації соціальних проектів, які спрямовані насамперед на залучення дітей до активного туризму і спорту. Кошти використовуються на побудову соціальних спортивних об'єктів, функціонування дитячо-юнацьких спортивних секцій, проведення навчально-тренувальних зборів, змагань, спортивних, туристичних та культурних заходів.

Керівними органами турклубу є загальні збори, президія; керівною особою – президент клубу. До реалізації проектів організації залучаються волонтери – активні члени клубу та однодумці.

Засновником і президентом туристичного клубу «Манівці» є Тарас Білошицький. Уперше команда майбутнього туристичного клубу збиралась у кінці 1990-х років при Львівському інституті фізичної культури з метою проведення піших турів у Карпати та експедицій у печеру «Оптимістичну». 23 грудня 2003 р. клуб було офіційно зареєстровано як Львівську міську громадську організацію «Туристсько-спортивний клуб «Манівці».

У 2005 році турклубом було проведено перший масштабний корпоративний захід – триденне святкування дня народження компанії «Spline Software» (тепер – «EramSystems») для 150 співробітників компанії. Відтоді проводяться масштабні корпоративні заходи для різних компаній. Щороку клуб організовує відпочинок для близько 1 000 осіб.

Упродовж 2008–2009 рр. силами членів клубу, студентів львівських ВНЗ, громадських організацій та небайдужих львів'ян було очищено занедбане озеро на Погулянці, на якому відтоді в теплий період відбуваються безкоштовні тренування з водного туризму. У зимовий час функціонує ковзанка, а також туристична лазня.

У 2010 році турклуб провів перший Фестиваль екстремального туризму і дозвілля «Манівці», який став традиційно наймасовішим заходом проекту (кожен фестиваль збирає близько 800 безпосередніх учасників змагань і майже 2 000 глядачів). Він популяризує здоровий і активний спосіб життя, дає можливість дітям, молоді та дорослим спробувати себе в різних видах туризму. Завдяки компаніям-партнерам участь у змаганнях для дітей та молоді – безкоштовна. Особливу увагу організатори спрямовують на залучення соціально вразливих груп дітей – запрошуються до участі сиротинці, інтернати, громадські об'єднання, які працюють із дітьми. Цей соціальний проект турклубу «Манівці» втілюється за підтримки управління туризму Львівської міської ради (ЛМР), управління сім'ї, молоді та спорту ЛМР та служби у справах дітей Львівської ОДА.

У 2013–2014 рр. за підтримки небайдужих людей, колективів та компаній і з власних ресурсів організації було збудовано мультиспортивний соціальний зал. Загальний бюджет проекту становив понад 420 тис. грн. З 10 квітня 2014 р. у залі відбуваються тренування та заняття у 12 спортивних і навчальних секціях, серед яких – паркур, скелелазіння, боротьба, акробатика, брейк-данс, хіп-хоп, а також робота з дітьми від 1 до 3 років. Заняття в більшості секцій коштують 50 грн на місяць, для дітей із неблагополучних сімей вони – безкоштовні.

З 2015 року й до сьогодні тривають роботи з перетворення зруйнованої насосної станції на березі р. Дністер у с. Березина Миколаївського району на соціальну мультиспортивну школу (з 2016 року тут уже функціонує секція каякінгу та кануполо).

Уже традиційними стали такі щорічні заходи клубу:

- «Йорданська ополонка» (близько 600 учасників); кошти добровільних пожертв учасників «Йорданської ополонки» на Водохреще у 2017 році було перераховано на лікування дітей, які перебувають під опікою благодійного фонду «Крила надії»;
- соціальна ковзанка (приблизно 100 учасників);
- фестиваль «Простір Музики і Руху «Небу-ХАЙ!» (с. Березина) – креативний захід, вільний від алкоголю, на який приїжджає молодь з усієї України (майже 1 500 відвідувачів);
- «Активне літо на Погулянці» – безкоштовні тренування для дітей із каякінгу, скелелазіння і паркуру в період літніх канікул (близько 300 дітей);
- «Купало на Погулянці» – відродження старовинних культурних традицій (майже 600 учасників);
- дитячі сплави та мандрівні табори (приблизно 250 дітей);
- Фестиваль активного туризму і дозвілля «Манівці» – залучення дітей, молоді та дорослих до занять спортивним туризмом (11 майданчиків, близько 800 учасників та 1 500 глядачів).

У 2016 році клуб був причетним до проведення 60 заходів, у яких узяло участь майже 6 000 осіб; серед цих заходів – 20 соціальних подій (4 693 учасники) та 40 заходів соціального підприємства (1 218 учасників). Як соціальне підприємство – клуб сплатив 95 тис. грн податків.

У 2017 році планується провести низку великих соціальних заходів:

- третій фестиваль «Простір музики і руху «Небу-ХАЙ!» (26–29 травня 2017 р.);
- будівництво соціальної мультиспортивної школи в с. Березина Миколаївського району;
- Фестиваль туризму і дозвілля «Манівці» (8–10 вересня 2017 р.).

Використані джерела:

- 1) Каталог соціальних підприємств України 2014 року / Соціальне підприємництво в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidpriemstva/katalog/149-turklub-manivtsi-m-lviv>
- 2) Офіційний сайт турклубу «Манівці». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://manivci.org/>
- 3) Софія Ступко: Турклуб «Манівці» – справа мого життя / Galinfo, 27 грудня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://galinfo.com.ua/news/sofiya\\_stupko\\_turklub\\_manivtsi\\_sprava\\_mogo\\_zhyttya\\_248225.html](http://galinfo.com.ua/news/sofiya_stupko_turklub_manivtsi_sprava_mogo_zhyttya_248225.html)
- 4) Демчина М. У Львові відбудеться ІХ Міський фестиваль активного туризму «Манівці» / Сайт Львівської міської ради, 19 вересня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/news/society/public-sector/234414-u-lvovi-vidbudetsia-ikh-miskyi-festyval-aktyvnoho-turyzmu-manivtsi>
- 5) Манівці (клуб). Матеріал із Вікіпедії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Манівці\\_\(клуб\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Манівці_(клуб))
- 6) У Львові з'явився соціальний мультиспортивний зал / Ваші новини, 10 квітня 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.vash.ua/news/lviv/u-lvovi-zyavytsya-sotsialnyy-multysportyvnyy-zal>
- 7) «Манівці» влаштують на Водохрещі у Львові ополонку / Щоденний Львів, 16 січня 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dailylviv.com/news/kultura/manivtsi-vlashtuyut-na-vodokhreshcha-u-lvovi-opolonku-40964>
- 8) Презентація туристичного клубу «Манівці». 22 липня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://prezi.com/jw2a\\_u0eldw/manivci\\_pro-klub/?utm\\_campaign=share&utm\\_medium=copy](https://prezi.com/jw2a_u0eldw/manivci_pro-klub/?utm_campaign=share&utm_medium=copy)



## Піцерія «Pizza Veterano»

<http://veteranopizza.com>

<https://www.facebook.com/Pizza.Veterano>

Піцерія «Pizza Veterano» – це соціальний підприємницький проект, який допомагає учасникам бойових дій на Сході України адаптуватися до мирного життя. 10 % від прибутку «Pizza Veterano» перераховує на потреби учасників війни та їхніх сімей. Для учасників бойових дій існує бонусна система та знижки. Також відвідувачі піцерії можуть оплатити піцу для військових, які перебувають на лікуванні в госпіталях чи в залах очікування на вокзалах. Значна частка працівників – ветерани АТО.

Ідея відкриття піцерії належить киянину Леоніду Остальцевому, колишньому воїну АТО. До війни він п'ять років пропрацював як піцайоло в ресторанах Києва, проводив майстер-класи, навчав персонал для роботи в піцеріях. Після демобілізації він вирішив розпочати власний бізнес – відкрити піцерію, у якій піцу будуть готувати лише ветерани АТО. Ідея полягала у створенні якісного закладу, де б збиралися колишні воїни АТО, волонтери, небайдужі люди для обміну досвідом адаптації до мирного життя, допомоги один одному тощо.

У Союзі ветеранів АТО Леоніду підказали, що можна пройти спеціальні курси для тих, хто хоче відкрити свою справу. Він став на облік у Центрі зайнятості, пройшов 4-тижневий курс навчання з підприємницької діяльності на базі НПУ ім. М. П. Драгоманова і разом із дружиною підготував бізнес-план. У цей час Л. Остальцев познайомився з українцем Андрієм Галицьким, підприємцем зі США, який допоміг із деталізацією бізнес-плану, що переріс у бізнес-проект.

Для реалізації проекту було потрібно близько 300 тис. грн. Упродовж двох місяців Леонід шукав інвестора, та натомість отримав більш ніж двадцять відмов. Приятель Леоніда Сергій запропонував апробувати проект на базі свого кафе «Kaizen», що допомогло зменшити вартість проекту до 64 тис. грн, з яких 50 тис. вклав Сергій, 5 тис. – Леонід, 1 200 дол. на безоплатній основі надав Андрій Галицький. Було закуплено піч, тістозамішувач та інше обладнання для невеликих обсягів роботи: планувалося, що буде виготовлятися 30–40 піц на день.

Пілотний проект піцерії «Pizza Veterano» було відкрито 4 грудня 2015 р. Першими працівниками стали Леонід Остальцев і Рафаїл Агаєв – також учасник АТО, один із найкращих піцайоло Києва. Саме він до війни навчав Леоніда готувати піцу. Для роботи в залі було найнято офіціанток.

Завдяки поширенню інформації в соціальній мережі «Facebook» проект мав шалений успіх із першого дня. Організатори не розраховували на таку кількість відвідувачів: замість запланованих 40–50 – виготовляти понад 100 піц щодня. Довелося терміново збільшити штат працівників. Додався ще один піцайоло – колишній снайпер Кирило Дейнека; розширився штат офіціантів, серед яких були колишні бійці з десантно-штурмової бригади.

Незважаючи на численні труднощі (ненадійні поставники продуктів, нестача упаковок для піци, недостатньо потужне та ефективне обладнання, непередбачувані витрати), «Pizza Veterano» окупилася за два місяці. Такий успіх засновник пояснює підтримкою з боку небайдужих людей, що, на його думку, допомогло зекономити близько 11 тис. дол.

Окрім комерційної, піцерія має і соціальну складову. Зокрема, 10 % від прибутку «Pizza Veterano» перераховується на потреби дітей загиблих воїнів АТО. Для учасників бойових дій діють бонусна система та знижки. Також відвідувачі піцерії можуть оплатити піцу для військовиків, які перебувають на лікуванні в госпіталях або на вокзалах. Лише за перші п'ять днів роботи закладу було передано близько 150 піц на суму майже 13 тис. грн. Упродовж першого місяця роботи на ці потреби було зібрано 3 500 дол.

У піцерії реалізується адаптаційна програма для ветеранів, у процесі якої учасники АТО опановують професію піцайоло, що дає їм можливість заробляти. У піцерії працює штатний психолог, який надає психологічну допомогу. Спілкування з ним є обов'язковим для всіх, хто прийшов працювати до «Pizza Veterano». Станом на січень 2016 року п'ять піцайоло виготовляли близько 150 піц на день; працює сервіс доставки. У вихідні дні проводяться безкоштовні майстер-класи з приготування піци для дітей. Проте в листопаді 2016 року через конфлікт між партнерами заклад було закрито. Довелося шукати інше приміщення. З ремонтними роботами в новій «Pizza Veterano» допомогли впоратися ветерани АТО: компанія Павла Якимчука «ВІП Електрик» виконала всю роботу від демонтажу – до відкриття всього за сім тижнів. 27 січня 2017 р. Леонід відкрив власну справу. Піцерію декоровано подарунками від учасників АТО. Тут можна побачити й бойові нагороди працівників «Pizza Veterano».

У «Pizza Veterano» представлено 14 сортів піци, у тому числі «Кульбаба», яку було названо позивним ім'ям Леоніда. Піца в «Pizza Veterano» має особливий український колорит. У меню переважають ситні та м'ясні наповнювачі: багато бекону, шинки, салями і навіть сала. При приготуванні піци використовуються не лише українські, а й італійські продукти. Окрім піци, пропонуються також паста, салати і велика барна



карта, яку укладав боєць із Маріуполя. У лютому 2017 року в піцерії з'явився Інтернет, який безкоштовно провела фірма «NetAssist LLC».

Поруч із піцерією планується створити «віденський дворик», а на задньому дворі – побудувати літній майданчик площею 130 кв. м. Для відпочинку на ньому передбачено альтанки і сцену.

«Pizza Veterano» перетворюється на мережу закладів, що надає робочі місця ветеранам АТО. 11 лютого 2017 р. було відкрито «Pizza Veterano» у Дніпрі. Понад 60 % персоналу – воїни АТО і волонтери. У закладі планується проводити тематичні вечори, зустрічі, а також різноманітні заходи, пов'язані з подіями в зоні АТО. Для учасників бойових дій на Сході на частину меню надається знижка – 50 %. 13 лютого 2017 р. у Стебнику було відкрито доставку піци «Pizza Veterano» по Дрогобицькому району (Львівська обл.).

Обов'язковою умовою роботи в піцерії є створення власного бізнес-плану свого майбутнього бізнесу. Тим, хто буде готовий запускати проект паралельно, команда допомагатиме.

«Franchising Full Cycle» готує повний пакет франшизи від «Pizza Veterano» для відкриття подібних закладів у регіонах за умови того, що не менш як половиною працівників будуть ветерани АТО.

Використані джерела:

- 1) Как поддержать ветеранов АТО... пиццей / Дело, 13 грудня 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/kak-podderzhat-veteranov-ato-piccej-308856/>
- 2) Не поделили: в Києве закривається піцерія ветеранів АТО / Новости Києва – События, 10 листопада 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kiev.vgorode.ua/news/sobytyia/311719-v-chem-prychyna-v-kyeve-zakryvaetsia-pytstseriya-veteranov-ato>
- 3) Зырянова А. Тяжело, жарко, но братья со мной. Пицца с салом от ветеранов АТО / Republic, 27.01.2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://republic.ru/posts/63085>
- 4) Ищенко Е. Пицца родом из АТО: в Днепре открыли новую пиццерию «Veterano Pizza» / Информатор, 11 лютого 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://informatior.dp.ua/2017/02/11/pitstsa-rodом-iz-ato-v-dnepre-otkryli-novuyu-pitstseriyu-veterano-pizza-foto/>
- 5) Маранчак Н. Пицца от ветеранов АТО: в Києве открылась пиццерия Pizza Veterano. 29 січня 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/news/opening/pizza-veterano-ot-veteranov-ato-fotoreportazh/>
- 6) Денисенко Л., Славинская И. Вскоре откроются кофейни ветеранов АТО, – основатель «Pizza Veterano» / Громадське радіо. «Київ–Донбас», 9 червня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hromadskeradio.org/ru/programs/kyiv-donbas/vskore-otkroyutsya-kofeyni-veteranov-ato-osnovatel-pizza-veterano>
- 7) Еловицова Е. Леонид Остальцев: накормил Киев солдатской пиццей / Домашний очаг, 17 жовтня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://my.goodhouse.com.ua/leonid-osovcev-nakormil-kiev-soldatskoj-piccej/>
- 8) Моррис Н. Ветераны АТО: все будет pizza! / ЮА1 Медіа, 4 січня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua1.com.ua/rus/publications/veterany-ato-vse-budetpizza-14889.html>
- 9) Остальцев Леонид Валерійович. Матеріал із Вікіпедії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Остальцев\\_Леонид\\_Валерійович](https://uk.wikipedia.org/wiki/Остальцев_Леонид_Валерійович)



## Благодійний магазин «Ласка» (Laska Charity Store)

<http://laskastore.com>  
<https://www.facebook.com/laskastore>

Магазин «Ласка» – перший благодійний магазин в Україні. Тут продаються як уживані речі, так і новий одяг від більш ніж двадцяти українських виробників, тим самим популяризується та підтримується вітчизняна продукція. Близько 40 % прибутку магазину перераховується на підтримку благодійних фондів. Левова частка (70–80 %) принесених уживаних речей поширюється як гуманітарна допомога для тих, хто її потребує. За час існування проект передав 619 668 грн на благодійність і майже 159 т речей тим, хто їх потребував.

Благодійний магазин «Ласка» було відкрито в серпні 2012 р. У проекті є як комерційна (продаж речей), так і благодійна складова. Засновниками магазину є автор ідеї – Олена Клименчева, а також Ганна Уварова, Ганна Грищенко та Ганна Батуркіна. Спочатку це була онлайн-торгівля. Згодом було відкрито офлайн-магазин, чому сприяло отримання гранту від «Bigggg Idea fest», міні-гранту від програми обміну майбутніх лідерів (FLEX) «Рішення є» та акції «Sunday БОРЩ». Загальна сума одержаних коштів становила 17 тис. грн. Перший офлайн-магазин було відкрито на горішці київського бару «Фазенда».

Засновниці проекту все робили самі: від ремонту приміщення, відбору одягу – до ділового спілкування з партнерами. Речі приносили родичі, друзі, друзі друзів.

На гроші, виручені за перший місяць офлайн-торгівлі, дівчата встановили в Києві кілька велопарковок. Окрім основної комерційної діяльності, тут проводилися майстер-класи, тематичні вечірки, літературний гурток, заняття йогою на даху.

Через півроку магазин «переїхав» в інше, більш зручне та просторе приміщення. До кінця 2013 року команда поповнилася ще трьома продавцями. У 2015 році благодійний магазин «Ласка» став переможцем у конкурсі «Найкращі соціальні проекти України». У кінці 2015 року було відкрито другий магазин «Ласка», а колектив зріс до 10 осіб. З лютого 2017 року функціонує точка продажу магазину в ЦУМі. «Ласка» приймає речі у двох своїх магазинах, а також шукає можливості робити це в інших торгових точках. Наприклад, контейнери для збору речей встановлено в торгових центрах «SkyMall» та «Ocean Plaza». Деякі компанії зголошуються допомогти у зборі речей, запрошують працівників «Ласки» розповісти про свою благодійну діяльність.

На сьогодні в «Ласці» працюють 15 осіб. Розвивається кілька напрямів діяльності:

- продаж одягу, пошитого київськими дизайнерами;
- продаж речей, які було пожертвовано відвідувачами: одяг, взуття, аксесуари (капелюхи, шарфи, хустки, ремені), сумки, книги, прикраси, платівки, фотоапарати, предмети інтер'єру, меблі;
- розповсюдження уживаних речей серед тих, хто їх потребує;
- виготовлення людьми з обмеженими можливостями екологічних килимків з одягу, який не підходить для прямого використання;
- збір використаних батарейок для утилізації;
- проведення лекцій і майстер-класів;
- пакування подарунків;
- надання послуг пральні самообслуговування.

Прибутки благодійного магазину «Ласка» спрямовуються на:

- фінансову допомогу важкохворим дітям (фонд «Таблеточки» – близько 40 % коштів, які перераховуються магазином на доброчинність);
- фінансування притулків для бездомних тварин (фонд «Happy Paw», Гостомельський притулок для бездомних тварин – близько 25 % доброчинних коштів);
- фінансова підтримка незахищених верств населення (проект «Життєлюб» для підтримки пенсіонерів, будинок для громадян похилого віку «Перемога»);
- фінансування проекту, який займається благоустроєм Києва (соціальний проект «Дивовижні»);
- адресна допомога (оплата реабілітації дитини з діагнозом ДЦП);
- допомога речами учасникам АТО та переселенцям.

Соціальний проект «Діти» – авторський проект «Ласки», у рамках якого здійснюється соціальна адаптація випускників дитячих будинків через комунікативні тренінги, профорієнтацію, додаткову освіту.

У планах «Ласки» – формування мережі магазинів, подальший пошук адресатів для благодійної допомоги, розвиток власного благодійного проекту соціальної адаптації підлітків.

Використані джерела:

- 1) Офіційний сайт благодійного магазину «Ласка». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://laskastore.com/>
- 2) Charity Store: Как делается «добрый» бизнес в Украине. На примере благотворительного магазина / Проект про ділових мам. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://womo.ua/charity-store-kak-delaetsya-dobryiy-biznes-v-ukraine/>
- 3) Туранська К. Как это делается: Благотворительный магазин «Ласка» / Велика ідея. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/practices/995/>
- 4) На полках: Благотворительный магазин Laska / Городской интернет-сайт «The Village». Новости Москвы, Санкт-Петербурга, Киева. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.the-village.ru/village/service-shopping/shops/117409-laskastore>
- 5) Сугоняко А. Обзор благотворительного магазина «Ласка», 27 листопада 2012 р. <http://gloss.ua/story/places/article/73129>
- 6) Благодійний магазин «Ласка»: міні-кластер з великими ідеями / INSIDER, 16 жовтня 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.theinsider.ua/lifestyle/525e3d5577cd5/>

- 7) Соціальне підприємництво в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/podii-zakhody/anonsy/117-19-aprelya-v-kieve-otkroetsya-pervyj-blagotvoritel-nyj-magazin-laska>
- 8) Сайт конкурсу бізнес-рішень для сталого розвитку серед малого та середнього бізнесу СТАЛО. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stalo.delo.ua/uchasnyki/top-50-laska.html>



## Перше Антикафе Бердянська «ЧАС Є!»

<http://berdyansk.space>

<https://www.facebook.com/brd.anticafe>

Перше Антикафе Бердянська «ЧАС Є!» – відкритий творчий простір, призначений для культурного відпочинку, зустрічей, роботи та проведення дозвілля. Частина коштів, які надходять до закладу, витрачається на фінансування соціальних проєктів.

Відкриття антикафе відбулось у травні 2015 року. Ідея засновниці закладу Ксенії Клейнос та її однодумців полягала у створенні простору, де можна розважатися, самовиражатися, спілкуватися на цікаві теми, не вживаючи при цьому алкоголю. За рахунок спільно зібраних коштів було орендовано приміщення, меблі, посуд тощо. Головним джерелом прибутку антикафе стала похвилинна оплата за перебування в ньому: перша година – 33 коп./хв. (20 грн/год.), друга та наступні – 25 коп./хв. (15 грн/год.). Іменинникам – вхід безкоштовний. Відвідувачам пропонуються безкоштовні чай, кава, печиво, цукерки, фрукти.

Тут відбуваються лекції, семінари, майстер-класи, презентації, розмовні клуби, проводяться ігротеки, кіноперегляди, працює зручний коворкінг. Діє понад 20 програм різної соціокультурної тематики. Зокрема, працюють англійський та український розмовні клуби, проводяться психологічні та професійні тренінги й форуми, надається допомога в організації заходів для громадських активістів з інших міст, діє форум-театр, проводяться літературні читання, акустичні вечори, працюють Відкритий університет та Відкрита бібліотека. В антикафе проходять Міжнародні ресторанні дні та кулінарні майстер-класи. Ідея ресторанних днів, які одночасно проводяться в усьому світі кожні три місяці, полягає в тому, що на 24 години кожен охочий може перетворитися на ресторатора, шеф-кухаря або офіціанта чи прийти як звичайний відвідувач. У «ЧАС Є!» тривалість ресторанного дня поки що обмежено чотирма годинами.

Кафе діє як соціальний бізнес. Гроші, які надходять до закладу, стають джерелом фінансування соціальних проєктів. Наприклад, реалізується проєкт «Urban Project Бердянськ», мета якого – зробити місто цікавішим та затишнішим. У рамках цього проєкту проводяться курси з ландшафтного дизайну, створюються клумби та сквери, арт-об'єкти, мурали, організуються флешмоби.

Для дітей Бердянського дитячого інтернату закуплено настільні розвивальні ігри, проводяться ігротеки, влаштовуються свята, організуються зустрічі з цікавими людьми, проводяться благодійні акції.

У рамках проєкту «Творчість для інтеграції» проводяться акції за спільної участі різних категорій людей. Наприклад, було організовано спільні хенд-мейд майстер-класи для внутрішньо переміщених осіб та місцевих жителів. Для виставки виготовлених робіт було виділено спеціальну вітрину. Відвідувачі «ЧАС Є!» мали змогу придбати ці вироби. Загалом було продано понад 300 виробів.

Спільно з організацією «Noborders» антикафе проводило курси веб-розробки для переселенців та курси зі створення сайтів для громадських активістів. У лютому 2017 року для тих, хто хотів би розпочати роботу в ІТ-сфері на базі антикафе «Час Є!», фондом «BrainBasket» було відкрито безкоштовні курси програмування за проєктом «Technology Nation».

У планах на майбутнє – облаштування відкритого літнього кінотеатру. На базі антикафе планується зробити майданчик соціальних ініціатив, де кожен активний житель міста зможе прийти зі своєю ідеєю та разом із однодумцями втілити її в життя.

Використані джерела:

- 1) Офіційний сайт Першого Антикафе Бердянська «Час Є!». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://berdyansk.space/>
- 2) Ресторанный день в Антикафе Бердянска. Второй год – полет нормальный / Город, 23 серпня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gorod-online.net/news/kultura/7383-restorannyj-den-v-antikafe-berdyanska-vtoroj-god-polet-normalnyj>
- 3) «ЧАС Є!» – Перше Антикафе Бердянська / Україна туристична. <http://www.turystam.in.ua/2012-03-20-20-34-10/14346-chas-ye-pershe-antykafe-berdyanska>
- 4) Антикафе «Час Є!» – чули про таке? / Центри місцевої активності України, 8 листопада 2016 р. <http://www.lacenter.org.ua/2013-09-10-08-52-50/69-2013-09-10-09-57-01/1792-2016-11-08-07-24-24.html>



## Соціальне підприємство «ГоРодина»

(Створене при благодійному фонді «ТЕРРА НОВА»)

Соціальне підприємство «ГоРодина» – тепличне господарство на Львівщині з вирощування екологічно чистої продукції упродовж року. Соціальна складова: ресоціалізація, забезпечення роботою людей, що опинились у складних життєвих обставинах.

Ідея створення тепличного господарства належить колишньому безхатченку Норіку (Нверу Веміровичу Овакимяну), у минулому – мешканцю Спільноти взаємодопомоги «Емаус-Оселя». Ідея створення власного бізнесу виникла, коли Норік жив у спільноті, і знайшла підтримку серед людей, які опікуються безхатченками. Із територією для бізнесу допоміг отець Олег Жаровський зі спільноти «Оселя». Він надав Норіку у використанні батьківську земельну ділянку (0,6 га), що біля Львова, і дозволив жити в батьківському будинку. Теплицю звели за кошти тодішнього психолога спільноти Володимира Ковалевського (голова благодійного фонду «ТЕРРА НОВА»).

До створення підприємства Норік залучив своїх друзів із «Оселі». За 2 місяці вони звели теплицю і почали вирощувати зелень (кінзу, кріп, петрушку), цибулю. При вирощуванні рослин не використовуються жодні хімічні сполуки. Налагоджується збут продукції, зокрема, ресторанам та кафе, що розташовані поблизу Львова. Товар пропонується за цінами, нижчими, ніж ринкові.

«ГоРодину» підтримав Аналітичний центр «Інститут міста», що діє при мерії Львова, який співпрацює з Інститутом розвитку міста у Кракові за фінансової підтримки Міністерства закордонних справ Польщі. Ідея Норіка здобула перше місце та грошову допомогу на конкурсі II Школи соціального підприємництва від Інституту міста. Інститут міста закупив і надав у користування соціальному підприємству обладнання (теплицю, пічку, бензопилу, ваги, інструменти тощо) вартістю 100 тис. грн. Якщо діяльність підприємства буде успішною, обладнання буде передано в його власність.

У лютому 2017 року Норік брав участь у проєкті із самозайнятості, організованому ГО «Клуб ділових людей» за фінансової підтримки Міжнародної організації з міграції. Його бізнес-план, який передбачав встановлення ще однієї теплиці вартістю 20 000 грн, було схвалено.

У «ГоРодині» планують вирощувати редиску, руколу, шпинат, розсаду капусти, печериці; посадити малину, ожину; розширити збут, зокрема, за рахунок супермаркетів; обладнати тандир для випічки лаваша. Розширення підприємства дасть змогу залучити ще більше соціально незахищених осіб до справи, адже їм буде надано робочі місця. На чистий прибуток очікують через 1,5–2 роки. Нині кошти витрачають на закупівлю насіння, дров, а також на зарплату працівникам.

Використані джерела:

- 1) Переможці другої Школи соціального підприємства – проєкт ГоРодина. 15 грудня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=8xmMintF38>
- 2) Сторінка проєкту здорового харчування у форматі доставки «Смакоча» у мережі «Facebook». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/SMakocha/photos/pcb.1605978582761650/1605978322761676/?type=3>



## Соціальне підприємство «Рукомисли»

<http://rukomysly.com.ua>

<http://rukomysly.prom.ua>

<https://www.facebook.com/rukomysly>

«Рукомисли» – це соціальне підприємство, започатковане з метою створення робочих місць для соціально вразливих осіб та підтримання діяльності Центру «Жіночі перспективи», спрямованої на запобігання торгівлі людьми. Підприємство виробляє та реалізує вироби ручної роботи, а саме: вироби із суцільного дерева, вироби в техніці ваяння та розпис по тканині.

З ініціативи громадської організації «Центр «Жіночі перспективи» 21 липня 2015 р. у Львові було засновано соціальне підприємство для допомоги у працевлаштуванні жінкам, які опинились у складних життєвих обставинах, у тому числі внутрішньо переміщеним особам (ВПО), що ризикують стати жертвами торгівлі людьми. Цей проєкт реалізується завдяки грантовим коштам, виділеним представниками ОБСЄ в Україні, за фінансової підтримки урядів Норвегії та Канади.

Назву підприємства вирішили пов'язати з рукоділлям і ремеслами: назвали спочатку «Ремеслами», а потім – «Рукомислами».

До складу соціального підприємства «Рукомисли» входять майстерня з обробки деревини і майстерня з ваяння та розпису по тканині; планується створити майстерню з флористики. Підприємство виробляє та реалізує прикраси ручної роботи, садово-паркову пластику (вироби із суцільного дерева), проводить ремонт, відновлення, переробку та декорування одягу й меблів.



На базі «Рукомислів» проводиться безкоштовне навчання з різних технік валяння, батику, обробки дерева. Набір на безкоштовні курси оголошується за підтримки організації «The BEARR Trust» у рамках програми «Соціальне підприємництво – новий крок у нове життя». Крім професійного орієнтування, надається психологічна та юридична допомога.

Навчання пройшло вже понад 70 внутрішньо переміщених осіб. Після нього вони можуть працювати в «Рукомислах» чи вдома, реалізувати свої вироби через підприємство або створювати власний бізнес. У кінці 2016 року на соціальному підприємстві працювало 9 людей.

Основний шлях реалізації продукції підприємства – ярмарки в місті та поза його межами. Також продукцію можна замовити через Інтернет. 30 % прибутку інтернет-магазину перерозподіляється на соціальні програми Центру «Жіночі перспективи». Підприємство також проводить семінари, тренінги та майстер-класи з виготовлення виробів садово-паркової пластики, інших декоративно-прикладних і ужиткових витворів ручної роботи; організовує та проводить всеукраїнські й міжнародні симпозиуми з різьби по дереву та по каменю, тренінги з арт-терапії та працетерапії. «Рукомисли» беруть участь у міжнародних і всеукраїнських фестивалях.

Використані джерела:

- 1) Офіційний сайт соціального підприємства «Рукомисли». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rukomysly.prom.ua/>
- 2) Воронович З. Людям вистачає грошей лише на брошки і закладки / Високий замок online, 6 жовтня 2015 р. <http://wz.lviv.ua/economics/143556-liudiam-vystachaie-hroshei-lyshe-na-broshky-i-zakolky>
- 3) Ліхновська Н. «Рукомисли»: робота, на яку хочеться поспішати / Проект «Духовність». 6 жовтня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dukhovnist.in.ua/uk/initsiatyvy/1370-rukomysly-robot-na-iaku-khochetsia-pospishaty>



## Вінницький міжрегіональний центр професійної реабілітації інвалідів «Поділля»

<http://www.vcri.gov.ua>

<https://facebook.com/VinnitsaCenterPodillia>

Вінницький міжрегіональний центр професійної реабілітації інвалідів «Поділля» – один із 15 спеціальних закладів професійної реабілітації інвалідів в Україні, який було створено для вирішення проблеми професійної освіти та працевлаштування серед людей з інвалідністю.

Центр було засновано Міністерством соціальної політики України 3 лютого 2005 р. Призначенням Центру є: підготовка людей з інвалідністю працездатного віку до професійної діяльності, відновлення їхньої працездатності та здобуття ними професії. Центр проводить комплексну реабілітацію людей з інвалідністю, що передбачає: здобуття професії, відповідно до медичних висновків та потреб на ринку праці, медичне спостереження, соціальну та психологічну підтримку. Директор Центру – Штогрин Роман Леонідович. Центр є державним закладом, однак потребує допомоги як обласної влади, так і бізнес-структур.

За час існування Центру його послугами скористалися 2 017 осіб, отримали свідоцтво – 1 284 особи, з них працевлаштовано 55 %.

Професійна реабілітація інвалідів у Центрі донедавна проводилася за 15 професіями (спеціальностями): бармен-буфетник, взуттьовик з індивідуального пошиття взуття, взуттьовик із ремонту взуття, візажист, стиліст, касир банку, кондитер, конторський службовець (бухгалтерія), кравець, лицювальник-плиточник, майстер манікюру, оператор комп'ютерного набору, оператор котельні, перукар-модельєр, флорист-озеленювач, швачка. У 2014 році додалися такі спеціальності, як фотограф (фотороботи), ліфтер, в'язальниця трикотажних виробів із полотна, секретар керівника.

На сьогодні професійна реабілітація здійснюється за 22 робітничими професіями. Загальну кількість місць для одночасного перебування розраховано на 100 осіб. Тривалість курсу реабілітації залежить від обраної професії і може становити від 1,5 – до 12 місяців. Навчання та послуги (3-разове харчування, дозвілля, соціально-психологічна реабілітація, іногороднім – проживання в гуртожитку) інвалідам надаються безоплатно.

У приміщеннях Центру розташовані: навчальні класи, 4 лабораторії, 14 навчально-виробничих майстерень, комплекс професійної реабілітації, бібліотека, їдальня, медичні кабінети. У Центрі працюють такі соціально-економічні підприємства: швейне підприємство, підприємство з ремонту та пошиття взуття, діляниця з приготування комплексних обідів і кондитерських виробів.

Вінницький міжрегіональний центр реабілітації інвалідів «Поділля» – єдиний із 15 подібних закладів в Україні, що пройшов державну атестацію (січень 2017 року) на 15 професій. Особам, які пройшли в Центрі професійну реабілітацію і здобули робітничу професію, видається свідоцтво державного зразка, а також надається допомога з працевлаштування.

Це – єдиний Центр в Україні, де проводиться інклюзивне навчання (у групі навчаються люди з інвалідністю, люди без інвалідності – за власний рахунок та безробітні, які перебувають на обліку в центрі зайнятості). У Центрі перебувають слухачі з 24 областей України.

У 2015 році заклад значно покращив надання послуг та розширив їх перелік, зокрема: розпочав навчання незрячих людей (за професією «Оператор комп'ютерного набору»); удвічі збільшив кількість людей, що нечують, – вони успішно здобувають професії; перевиконав державне замовлення з набору слухачів (усього навчалася 322 особи, з них – 251 інвалід).

Для збільшення конкурентоспроможності випускників у Центрі вдосконалили проходження виробничої практики, включили до навчального плану предмет «Техніка пошуку роботи». Центр активно взаємодіє зі службами зайнятості, управліннями соціального захисту населення, підприємствами, що працевлаштовують людей з інвалідністю; постійно запрошує роботодавців, які відбирають кандидатів на роботу. Роботодавці на виконання нормативу робочих місць для інвалідів (квота – 4 %) замовляють у Центрі фахівців робітничих професій. У Центрі було створено банк даних інвалідів, які бажають працювати, а також ведеться облік робочих місць, де їх може бути працевлаштовано. У 2015 році вперше у Вінницькій області було проведено обласний конкурс «Соціально відповідальний роботодавець Вінниччини» для заохочення працевлаштування випускників з інвалідністю та створення позитивного іміджу роботодавців, які мають найкращі показники працевлаштування людей з інвалідністю.

Центр вивчає досвід працевлаштування інвалідів в інших країнах; на початку 2016 року було розроблено власний проект зі створення філії установи з транзитними робочими місцями. Транзитні робочі місця – це тимчасова робота людини на підприємстві відповідно до трудового договору, що дає можливість набути практичних знань і досвіду, умінь та навичок за здобутою професією. У подальшому це полегшить працевлаштування, допоможе подолати бар'єр переходу від навчання до роботи, навчить працювати з клієнтами.

Відповідно до проекту впродовж 6 місяців випускники Центру зможуть удосконалювати свої професійні знання та виробничі навички на транзитних робочих місцях, тим самим посилюючи свою конкурентоспроможність. На базі соціального підприємництва можуть працювати такі підрозділи: салон краси (із наявністю робочих місць для перукарів, манікюрників, візажистів); майстерні ремонту та пошиття одягу, взуття (кравець, швачка, взуттьовик із ремонту взуття, взуттьовик з індивідуального пошиття взуття); майстерня флористичного дизайну (флорист); фотоательє (фотограф); кафе з реалізацією продукції власного виробництва (кухар, кондитер); задіяними стануть професії офісного службовця та адміністратора.

Комплекс соціальних підприємств працюватиме як госпрозрахунковий відокремлений підрозділ Центру. У перспективі він не потребуватиме жодних дотацій із бюджету, зможе самостійно забезпечувати свої потреби. Орієнтовна вартість проекту становить близько 6 млн грн.

У планах дирекції – вивести заклад на шлях самостійної господарської діяльності, яка дасть змогу заробляти власні кошти і спрямовувати їх на розвиток установи.

Використані джерела:

- 1) Наказ Мінпраці від 03.02.2005 № 66 «Про створення Вінницького міжрегіонального центру професійної реабілітації інвалідів «Поділля». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ispf.gov.ua/\(S\(ka5wosfkvhabt545foms1x45\)A\(52QB755w0QEkAAAAAMm10YjE5ZWMtOWMyOS00NmM0LTlmMjYtMzNjNTg4YWlyYzEwq-7rfxkYpHTRNvPdbOqBOi9wCb81\)\)/ShowPage.aspx?PageID=226»Print=P»AspxAutoDetectCookieSupport=1](http://www.ispf.gov.ua/(S(ka5wosfkvhabt545foms1x45)A(52QB755w0QEkAAAAAMm10YjE5ZWMtOWMyOS00NmM0LTlmMjYtMzNjNTg4YWlyYzEwq-7rfxkYpHTRNvPdbOqBOi9wCb81))/ShowPage.aspx?PageID=226»Print=P»AspxAutoDetectCookieSupport=1)
- 2) Сайт Вінницького міжрегіонального центру професійної реабілітації інвалідів «Поділля». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vcri.gov.ua/>
- 3) Сайт Департаменту соціального захисту населення Тернопільської обласної державної адміністрації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sobes-ter.gov.ua/dovid\\_infor/32-nformacya-pro-vnnickiy-mzhregionalniy-centr-profesynoyi-reabltacyi-nvaldv-podillya.html](http://sobes-ter.gov.ua/dovid_infor/32-nformacya-pro-vnnickiy-mzhregionalniy-centr-profesynoyi-reabltacyi-nvaldv-podillya.html)
- 4) Вінницький центр професійної реабілітації інвалідів – на новому етапі. 21 червня 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vinrada.gov.ua/vinnickij-centr-profesijnoi-reabilitacii-invalidiv- %E2 %80 %93-na-novomu-etapi-rozvitku.htm>
- 5) Сайт Бершадської районної державної адміністрації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rdabershad.gov.ua/news/vinnycky-mizhregionalny-centr-profesynoyi-reabilitaciyi-invalidiv-podillya-zaprosuye-na>

- 6) Штогрин Р. Пільги – добре, можливості – краще. 10 лютого 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vn.20minut.ua/blogs/pil-ghi-dobre-mozhливosti-krashe.html>
- 7) По професію – у центр «Поділля» / Телеканал ВІТА, 10 січня 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=yCuK0uh9NNO>»feature=share
- 8) Довідник центрів професійної реабілітації інвалідів системи органів праці та соціального захисту населення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kremen.gov.ua/index.php/rozdil/gromadyanam/social/infocenter#1>
- 9) У Центрі профреабілітації інвалідів «Поділля» навчаються і люди без інвалідності – за власний кошт / Всі новини Вінниці. 27 січня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vinnitsaok.com.ua/2016/01/27/208805>



## Громадська спілка «Соціальне підприємство «Навчально-виробничий центр» (м. Полтава)

<http://www.lightofhope.com.ua/projects/dopomoga-zvilnenim-iz-misc-pozbavleniya-voli-ta-bezdomnim>  
<https://www.facebook.com/LightOfHopeUkraine>

Громадська спілка «Соціальне підприємство «Навчально-виробничий центр» – один із напрямів роботи благодійної організації «Світло надії», метою якого є соціальна адаптація людей, що опинилися у складних життєвих обставинах: безхатченків, осіб, які звільнилися з місць позбавлення волі, наркозалежних, а також тих, хто проходить пробацію.

Ідея створення соціального підприємства виникла у працівників БО «Світло надії», які опікувалися соціально незахищеними верствами населення в Центрі адаптації для бездомних та осіб, звільнених з місць позбавлення волі. Людям, які звертаються за допомогою до Центру, часто потрібні не лише їжа та житло. Важливим кроком у поверненні їх до нормального життя в суспільстві є повернення самоповаги, отримання мотивації та впевненості у своїх силах, зрештою, і фінансова незалежність. Набуття професійних навичок і праця – один із засобів досягнення такого стану. Тож у 2013 році для мешканців Центру було відкрито підрозділ навчально-виробничого центру для навчання зварювальної, швейної, столярної справи. Перелік спеціальностей було затверджено після ретельного вивчення місцевого ринку та виявлення ніш, де підопічні Центру адаптації могли скласти конкуренцію місцевим підприємствам. Кількість охочих здобути нову професію зростає: якщо у 2014 році навчання пройшло 18 осіб, то у 2015 році – 28, через рік – 32.

Для випускників курсів у грудні 2014 року було засновано громадську спілку «Соціальне підприємство «Навчально-виробничий центр» і започатковано швейне та меблеве виробництво. Місцева влада пішла назустріч соціальним та підприємницьким ініціативам БО «Світло надії» і виділила велике приміщення для виробничого центру. Мінімальне обладнання було закуплено за сприяння громадської організації одного з німецьких міст-побратимів Полтави.

Першою продукцією Навчально-виробничого центру були розбірні мангали, які швидко знайшли попит на місцевому ринку. Вироблені на підприємстві меблі реалізуються місцевим споживачам та місцевим організаціям, а швейна продукція знайшла попит навіть на європейському ринку.

Незважаючи на труднощі, пов'язані з браком економічної освіти та підприємницького досвіду, особливостями контингенту працівників, підприємство стабільно розвивається. Станом на лютий 2017 року у виробництві було задіяно 46 випускників. Усі прибутки підприємства витрачаються на розвиток виробництва, а з 2018 року планується близько 70 % цих прибутків спрямовувати на соціальні програми.

Використані джерела:

- 1) У Полтаві відкрили центр для безхатченків. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poltava.to/news/13375/>
- 2) Гавриш Б. Розвиток пробації в Україні розпочався з Полтави. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tribuna.pl.ua/news/rozvitok-probatsiyi-v-ukrayini-rozпочavsya-z-poltavi/>
- 3) В Полтаву приедут представителі Совета Європи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.vpoltava.info/post/21596-u-poltavu-pri%D1%97dut-predstavniki-radi-%D0%84vropi>
- 4) БО «Світло надії» поділилася досвідом соціального підприємництва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lightofhope.com.ua/news/bo-svitlo-nadiyi-podilylasya-dosvidom-socialnogo-pidpryyemnytva>
- 5) Кролевська К. Як неприбутковій організації досягнути успіху у підприємстві? Досвід БО «Світло надії» // Громадянське суспільство. – 2016. – № 8(28) – 28 с. – С.15–17.





## Громадська організація «Майстерня мрії»

<https://www.facebook.com/maysternia.mriyi>

Громадська організація «Майстерня мрії» – центр денного перебування для дорослих людей із особливими потребами. Її метою є соціалізація людей із розумовою неповносправністю, навчання їх побутових навичок, проведення праце- й арт-терапії. У рамках майстерні запроваджується соціальне підприємництво з виготовлення трав'яних чаїв, що дасть змогу здобути фінансову незалежність.

Автор ідеї та керівник ГО «Майстерня мрії» – Іванічева Ганна.

Ідея відкрити «Майстерню мрії» і запровадити соціальне підприємництво з продажу фіточаю виникла в Ганни та її однодумців не одразу. Спочатку існував задум заснувати ресурсний центр, який би допомагав організаціям, що працюють із дорослими людьми з розумовою неповносправністю, знаходити фінансування, одержувати юридичну допомогу тощо. Для набуття власного досвіду запровадження та функціонування соціального підприємства було вирішено створити «Майстерню мрії», тим самим показати можливість відкриття подібних закладів у різних куточках України незалежно від грантодавців чи коштів від держави.

Громадську організацію «Майстерня мрії» було зареєстровано влітку 2015 року з метою відкриття майстерні для дорослих людей із розумовою неповносправністю. Бюджет проекту становив 448 400 грн.

Мета проекту – організувати майстерню, у якій би 10 людей із особливими потребами разом із асистентами працювали й займалися розвитком та реалізацією своїх здібностей. За задумом, це має бути соціальне підприємництво, яке за 2 роки вийде на рівень самоокупності.

У жовтні 2016 року було підписано договір про оренду приміщення. Участь у роботі II Школи соціального підприємництва від «Youth Entrepreneurship Incubator» дала змогу отримати кошти на придбання апарату з пакетування чаю; за рахунок пожертвувань було укомплектовано та обладнано приміщення.

Майстерня розпочала роботу 23 січня 2017 р. і поки що відчиняє двері двічі на тиждень. Асистенти працюють із 8-ма особами з аутизмом та синдромом Дауна. У майбутньому 10 таких осіб зможуть п'ять днів на тиждень приходити з 10:00 до 16:00 і отримувати різні послуги з терапії, малювати, вишивати, виготовляти листівки, іграшки з фетру та спілкуватися. З ними будуть працювати 3 асистенти на постійній основі.

Асистенти приходять до майстерні о 9-й годині, щоб підготувати приміщення та розпланувати день. О 10-й приходять люди з особливими потребами. Спочатку відбувається обговорення того, як у кого минув вечір. Потім вихованці виконують кожен свої обов'язки, готують їжу, після обіду – дивляться фільми, читають книги, займаються розвитком тих навичок, до яких у них є схильність. На сторінці «Майстерні мрії» у мережі «Facebook» ведеться рубрика успішних історій талановитих людей із особливими потребами.

Ганна та її команда разом із вихованцями продають вітамінні фіточаї, споживання яких не потрібно узгоджувати з лікарями. Чаї пакують у саморобні полотняні торбинки, на яких вихованці власноруч малюють через трафарет логотип майстерні, кріплять барвисті етикетки, вкладають у кожну торбинку побажання. У майбутньому планується вкладати невеличкі іграшки, зроблені руками вихованців. Залежно від сорту чаю кожну торбинку буде прошито нитками певного кольору.

У планах «Майстерні мрії» – виробництво пакетованого чаю, сумішей для узварів, налагодження збуту продукції в ІТ-компаніях, фірмах, університетах тощо, відкриття подібних закладів у малих містах Львівщини.

Використані джерела:

- 1) Майстри мрії: як у Львові піклуватимуться про особливих людей (Інтерв'ю) / Дивись.info. 29 жовтня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dyvys.info/2016/10/29/majstry-mriyi-yak-u-lvovi/>



## Соціальний магазин «Місток»

<https://www.facebook.com/mistok.vn>

Навесні 2016 року благодійним фондом м. Вінниці «Подільська громада» було започатковано соціальне підприємство – магазин «Місток». Товар у магазині – речі (нові або уживані, але в гарному стані), безкоштовно принесені їх власниками до магазину. Ці речі розсортовуються: приблизно 20 % із них продається в магазині, решта – 80 % – віддається нужденним безкоштовно. Усі виручені від продажу кошти (за винятком витрат на адміністрування магазину) перераховуються на підтримку молодіжних ініціатив і на благодійність, а саме – на конкурси грантів для цікавих проектів та нових ідей у м. Вінниці або для індивідуальної допомоги людям, які потрапили у складну життєву ситуацію.

У назву покладено ідею зведення містка між людьми, які мають що віддати і мають потребу допомагати іншим, та людьми, яким потрібна допомога в реалізації цікавих і корисних заходів.

Магазин приймає та реалізує такі речі: одяг і взуття (жіночі, дитячі, чоловічі), книги, дитячі розвивальні іграшки, аксесуари, елементи інтер'єру, прикраси, канцелярія. Окрім того, з одягу, не придатного для реалізації, плетуть килимки.

Завдяки волонтерам проводяться фотосесії, після яких фото одягу розміщуються на сторінці магазину у «Фейсбуці» для продажу. Купувати речі можна онлайн, у магазині та на ярмарках. Для тих, хто цього потребує, у магазинах передбачено можливість безкоштовно взяти речі.

Використані джерела:

- 1) Соціальне підприємство «Місток». Діюче / Сайт благодійного фонду «Подільська громада». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gromada.vn.ua/programsarticle/item/id/23>



## Парк князів Сангушків

<https://www.facebook.com/Sanguszkopark/>

Мета проекту – перетворення Парку Сангушків у «простір культури, відпочинку та розвитку»: трансформація занедбаного міського парку в сучасну культурно-комунікативну платформу, майданчик для спілкування, навчання, розвитку, обміну ідеями та впровадження проектів.

Парк князів Сангушків (у минулому – парк ім. Михайлова, м. Славути, Хмельницька обл.), площею 15 га, було закладено в 1772 році княгинею Барбарою, дружиною князя Павла-Кароля Сангушка. В останні десятиліття Парк Сангушків перебуває у вкрай занедбаному стані. Було зруйновано всю інфраструктуру та адмінбудівлі. Хоча парк зареєстровано як пам'ятку садово-паркового мистецтва місцевого значення і він охороняється законом України.

Ідея відновлення Парку з'явилась у червні 2015 року серед молоді міста під час проведення Молодіжного форуму «Creative Workshop-party». Згодом зусиллями 10 громадських організацій та окремих підприємств було створено громадську ініціативу «РАЗОМ», головним завданням якої стало відновлення Парку. Очолив проект депутат Славутської міської ради, голова робочої групи з питання відродження Парку Віктор Закурдаєв. До робочої групи з розвитку Парку входять небайдужі депутати, громадські активісти та підприємці.

Аби привернути увагу місцевих жителів до занедбаного Парку та об'єднати громаду задля його відновлення, громадською ініціативою «РАЗОМ» у серпні 2015 року було започатковано проведення фестивалю «Парк. Мистецтво на руїнах». Під час підготовки фестивалю було використано близько 60 тис. грн.

Проект фінансово підтримується міською владою, підприємцями, громадськими організаціями, грантовими коштами. У 2016 році було використано 250 тис. грн, на які було запущено вільний WI-FI, частково оновлено танцювальний майданчик, дороблено сцену, встановлено лавочки та урни. Також було проведено електромережу потужністю 40 кВт для подальшого розвитку необхідної інфраструктури та залучення інших підприємців, які готові інвестувати в розвиток Парку. У травні 2016 року відбулось урочисте відкриття літнього сезону в Парку, під час якого було проведено скайп-конференцію з мером м. Любартів (Польща), а творчі колективи Славути привітали польську громаду з Днем Конституції Польщі.

У 2016 році також було проведено фестиваль «Парк. Мистецтво на руїнах». Окрім того, улітку 2016 року на території культурно-освітньої платформи «Парк князів Сангушків» проводилися майстер-класи, виставки виробів майстрів, розважальні заходи, виступи творчої молоді, здійснювалося вільне обговорення ідей розвитку Парку.

На початку 2017 року на обговорення громади було запропоновано варіанти реставрації центрального входу до Парку, а також було створено петицію щодо перейменування Парку культури ім. Михайлова на Парк князів Сангушків.

У 2017 році планується: підготувати програму розвитку Парку до 2020 року; розробити інноваційний урбаністичний проект Парку; сформувати креативний кластер «Парк Сангушків», який має стати креативним простором для культури, відпочинку та розвитку громади. «Парк Сангушків» має стати прикладом ревіталізації депресивних територій.

Використані джерела:

- 1) Єдина система місцевих петицій. Перейменування Парку культури ім. Михайлова у Парк князів Сангушків. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://e-dem.in.ua/slavuta/Petition/View/36>

- 2) Презентація, надана Віктором Закурдаєвим.
- 3) «Парк князів Сангушків» – простір культури, відпочинку та розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=BXsjm-qRjRM>



## Соціальне підприємство «Миті»

<https://sites.google.com/site/socmomemnts>

<https://www.facebook.com/socmomemnts>

Соціальне підприємство «Миті» було створено у 2015 році на базі неурядової благодійної організації «100 % життя. Київський регіон», яка займається комплексною допомогою ВІЛ-інфікованим особам. Це підприємство займається виробництвом і продажем засобів гігієни. Соціальною місією СП «Миті» є надання можливості працевлаштування жінкам із особливими потребами та фінансування соціальної допомоги з боку благодійної організації «100 % життя, Київ» для внутрішньо переміщених осіб (ВПО); жінок, які потрапили у складні життєві обставини (інваліди, сироти, безпритульні, малозабезпечені; особи, що зазнали насильства в сім'ї; особи, які пережили стихійне лихо, катастрофу тощо); людей, що живуть із вірусом імунодефіциту людини.

У вересні 2016 року було зареєстровано торгову марку «Миті». Під цим брендом ведеться продаж засобів гігієни та догляду власного виробництва – мило, тверді шампуні, бальзами для губ, скраби для обличчя та тіла тощо. Усю продукцію зроблено з натуральних інгредієнтів. Продукти складаються з рослинних олій, не містять тваринних жирів, спиртів і лаурилсульфату натрію, мають збалансований рН (рН = 7,5–8,5). Це – високоякісні та малоалергенні засоби. У рецептах на 100 % відтворено натуральні хімічні процеси, під час виробництва продуктів дотримуються всі гігієнічні норми. Часто з'являються новинки, додаються нові аромати та засоби. У лютому 2017 року СП «Миті» розширило справу й відтоді пропонує покупцям також креми для обличчя, рук, ніг, мус для тіла, бальзами для губ, волосся тощо. Для їх виробництва використовуються інгредієнти виробників із Франції, Італії, Німеччини, деякі українські складові (здебільшого – екстракти трав, квітів).

На підприємстві працюють жінки з особливими потребами, і це дає їм змогу стабілізувати життя та покращити матеріальний стан їхніх родин.

Спочатку продаж продукції відбувався в онлайн-магазині з подальшою доставкою замовникам. Окрім того, продукцію було представлено на ярмарках у різних торгових центрах. У грудні 2016 року відкрився власний магазин. Відтепер продукцію «Миті» можна придбати в магазині, замовити онлайн або по телефону.

Надходження від продажу продукції СП «Миті» розподіляються на оплату праці та розвиток самого підприємства. Згідно з окресленими планами з 2017 року щомісяця 10 % від доходу має передаватися на благодійність. Першу тисячу гривень від СП «Миті» було передано в січні 2017 року на лікування 30-річної жінки, яка опинилась у скрутні. На початку лютого 2017 року зароблені кошти використали для адресної допомоги хворій 42-річній жінці (було закуплено знеболювальні препарати, розчини, інші ліки, речі особистої гігієни).

Використані джерела:

- 1) Офіційний сайт соціального підприємства «Миті». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/socmomemnts/>
- 2) Соціальне підприємство «Миті». Сайт Київського міського відділення Всеукраїнської благодійної організації «Всеукраїнська мережа ЛЖВ», 29 листопада 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://plwh.kiev.ua/novini/sotsial-ne-pidpry-yemstvo-my-ti.html>
- 3) Соціальне підприємство в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/>
- 4) Київське міське відділення ВБО «Всеукраїнська мережа ЛЖВ». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://plwh.kiev.ua/novini/.html>



## Спільнота взаємодопомоги «Емаус-Оселя»

<http://emaus-oselya.org>

<https://www.facebook.com/EmausOselya>

Спільнота взаємодопомоги «Емаус-Оселя» – громадська неприбуткова організація, створена для людей, які опинились у складних життєвих обставинах.

Місія організації – допомога у віднайденні сенсу життя людям, що з різних причин опинилися на узбіччі суспільства, а також пропагування в Україні ідеї солідарності та взаємодопомоги.

Комерційна складова – лише частина цього благодійного проекту. Разом із внесками інших благодійників вона допомагає фінансувати утримання притулку для безхатченків та втілювати в життя інші соціальні проекти.

Місію, ідеї та принципи роботи члени Спільноти поділяють із учасниками Міжнародного руху «Емаус», що зародився в повоєнній Франції. У 1949 році католицький священник абат П'єр (Анрі Грує) створив у місті Нейї-сюр-Сен благодійну організацію для надання допомоги безпритульним, яку назвав на честь палестинського міста, де зневіреним апостолам Луці та Клеопі явився воскреслий Ісус Христос, подарувавши радість, віру і надію. Того ж самого року з'явився й перший осередок допомоги безхатченкам: у передмісті Парижа абат викупив власним коштом напівзруйнований будинок для створення притулку. Ідея абата набула особливої актуальності взимку 1953–1954 рр., коли під час сильних морозів у Франції загинуло чимало людей. Абат П'єр звернувся по радіо із закликом про допомогу. На пожертви тисяч громадян, що відгукнулися на заклик, було відкрито центри для бездомних у декількох містах Франції.

Нині благодійна організація «Емаус» налічує 350 організацій-членів у 37 країнах світу. Їх діяльність – створення притулків для позбавлених житла людей, їх утримання за рахунок збору та переробки вживаних речей, розвитку ремесел, органічного землеробства, а також соціальна робота зі знедоленими.

У 2001 році кілька ініціаторів, поділяючи гуманітарні ініціативи руху «Емаус» та пройшовши відповідне стажування в Польщі, створило у Львові «Спільноту взаємодопомоги «Оселя». З 2003 року Спільнота стала партнером Міжнародного руху «Емаус», працюючи на таких самих засадах, а з 2010 року вона стала його повноправним членом, першим на пострадянському просторі.

Цільова аудиторія благодійної організації – усі, хто опинився у складних життєвих обставинах та потребує допомоги: алкозалежні, безхатченки, безробітні, матері-одиначки з дітьми, пенсіонери, переселенці. Постійні працівники та волонтери допомагають їм вийти з кризи, реабілітуватися після пережитих подій та повірити у власні сили.

Завдяки підтримці «Емаусу» львівська «Оселя» придбала будинок із присадибною ділянкою, де було поселено перших безхатченків і відкрито навчальні курси роботи на комп'ютері, гурток рукоділля та психологічну службу. Нині в Спільноті проживають 33 особи (із них – троє дітей), які мають психологічний та терапевтичний супровід, набувають нових професійних і комунікативних навичок, беруть участь у культурних заходах і акціях солідарності. За послугами організації щодо набуття професійних та комунікативних навичок, а також за психологічною допомогою можуть звертатись і ті, хто має власне житло.

Мешканці Спільноти, волонтери та працівники організації беруть участь у зборі від мешканців Львова вживаних речей, які можуть знадобитись іншим (меблів, одягу, побутової техніки, книг, посуду, іграшок), на виклик і через спеціальні контейнери, встановлені на автозаправках та при церковних парафіях. Не придатні для використання речі утилізуються, у чому проявляється екологічна складова діяльності організації, а інші речі реставруються та використовуються для потреб мешканців Спільноти, безхатченків, малозабезпечених або розпродаються у спеціалізованих крамницях. Останні стали ще й осередками культурно-просвітницької роботи. Компаньйони Спільноти набувають нових професійних навичок у майстерні ремонту меблів, за послугами якої звертаються мешканці міста. З 2008 року у Львові функціонує Осередок підтримки бездомних людей, які звертаються за санітарно-гігієнічними послугами та послугами харчування.

Традиційними стали публічні акції організації: Святі Вечері для злиденних, що є не просто роздачею їжі, а вечерею за спільним столом із колядками та привітаннями; Великодні сніданки; безкоштовні обіди щочетверга; гаражні розпродажі; організація пунктів обігріву взимку; тренінги, семінари та майстер-класи. Видається вуличний журнал «Просто неба». До роботи над ним залучаються відомі журналісти, письменники та громадські діячі.

З року в рік зростає число партнерів і благодійників проекту. Але, незважаючи на пожертви та підтримку міжнародних благодійних організацій, значну частину прибутків «Оселя» одержує від соціального

підприємництва. Причому частка їх у загальному бюджеті організації зростає: якщо у 2007 році власні зароблені кошти становили понад 69 тис. грн, або 11,6 % загальних надходжень, то у 2016 році їх частка зросла до 54 % і становила більш ніж 2 млн грн. Комерційна діяльність Спільноти взаємодопомоги полягає в отриманні прибутку від функціонування благодійних крамниць та проведення гаражних розпродажів, реставрації меблів, реалізації вторинної сировини, продажу вуличного журналу «Просто неба». Одержані кошти витрачаються на потреби Спільноти, утримання соціального гуртожитку, осередків підтримки бездомних, крамниці та майстерні, видавництво журналу.

Використані джерела:

- 1) Жидецька Х. Допоможіть нам допомагати іншим. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.top10ugcc.org/oselja>
- 2) Баранов А. Аббат Пьер: призыв к восстанию доброты. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.istina.religare.ru/article378.html>
- 3) Офіційний сайт «Емаус». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.emmaus-international.org>
- 4) Метельський Р. Як «Французький салон у Львові» збирав кошти для спільноти «Емаус-Оселя». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://photo-lviv.in.ua/yak-frantsuzkyj-salon-u-lvovi-zbyrav-koshty-dlya-spilnoty-emmaus-oselya/>



## Благодійна організація «Регіональний центр соціальної адаптації»

Ідея створення закладу для ресоціалізації колишніх ув'язнених спала на думку львівському журналісту Ігорю Гнату, коли в 1989 році він підготував репортаж про двох молодих хлопців, які щойно повернулись із в'язниці. Хлопці були сиротами і не мали місця, куди можна було повернутись. Говорячи професійною мовою, «втратили соціально-корисні зв'язки і не мали засобів до існування». У радянські часи такі люди часто потрапляли в замкнене коло: не влаштувався на роботу – підлягає притягненню до відповідальності за дармоїдство. Відповідно до законодавства СРСР склад злочину полягав у «тривалому проживанні повнолітньої працездатної особи на нетрудові доходи з ухиленням від суспільно корисної праці». Відкинуті суспільством, нікому не потрібні люди знову опинялись у в'язниці. Реакцією влади на репортаж став виклик журналіста до відповідних органів і прискіплива бесіда на предмет критики тодішнього стану речей та закид, мовляв, спробуй зроби щось для зміни ситуації. А Ігор зробив. Він вирішив допомагати колишнім ув'язненим ресоціалізуватись у новому житті.

Перший притулок для колишніх ув'язнених Ігор Гнат створив у горах, на межі Сколівського та Дрогобицького районів. Проте діяльність довелося згорнути через протести мешканців прилеглих сіл проти такого сусідства.

У 1994 році притулок-комуна для сиріт та одиноких громадян, які повернулися з місць позбавлення волі, було створено на території колишньої напівавруйнованої військової бази поблизу м. Броди. Військову базу рішенням обласної державної адміністрації було передано Регіональному центру соціальної адаптації (далі – Центру) на правах оренди на 30 років. На цьому допомога держави закінчилась. У створення Центру Ігор Гнат вклав власні кошти, які йому вдалося заощадити, працюючи начальником служби охорони на будівництві трубопроводу Уренгой–Помари–Ужгород. А на своє прожиття мешканці центру мали заробляти самі.

Створивши низку підприємств та домашнє господарство, Центр почав забезпечувати себе всім необхідним. Тут працює пилорама, цех із виготовлення паливних брикетів, планується надання послуг із шиномонтажу. У користуванні Центру – 17 га землі, із них 8,5 га – поле, на якому вирощують овочі та сіють траву на сіно для худоби. У господарстві нараховується 70 кіз, 14 корів і 7 телят, кури, гуси тощо. Окрім того, мешканці Центру збирають гриби, лісові ягоди, лікарські трави.

В організаційно-правовому полі Центр працює як громадська організація «Благодійна організація «Регіональний центр соціальної адаптації» та ФОП. Приватними підприємцями оформлюються мешканці Центру, які частину прибутку передають на потреби спільноти та на оплату праці тих, хто задіяний на виробництві.

Частина екс-засуджених здобула професію, зокрема, електрозварювальника. Більшість клієнтів Центру до в'язниці більше не повертається, проте близько 20 % знову потрапляє за ґрати. Середньоукраїнський відповідний показник становить 80 %. Декому вдається створити власну родину. Дванадцять новоствореним у Центрі сім'ям придбали хати, які ремонтували загальними зусиллями. Дев'ять сімей і тепер живуть у придбаних Ігорем Гнатом помешканнях.



За фінансової можливості притулок Ігоря Гната міг би прийняти на адаптацію 40–50 осіб. З 1994 року через Центр пройшло близько 2 700 людей. Нині там живуть 21 особа з числа колишніх ув'язнених і 18 внутрішньо переміщених осіб. У комуні запроваджено чіткі правила: 1) працювати; 2) не красти; 3) не пити. Дисципліну та порядок встановлено з перших днів існування Центру. Тут діє визначений розпорядок дня, а кожен мешканець має обов'язки та виконує свою роботу – у полі, на фермі, кухні, у пральні, на пилорамі, у столярні, лісі тощо.

Засновник і незмінний директор Центру – неординарна людина. «Пошук і визволення людей із рабства – моє хобі», – каже Ігор Гнат. За майже два десятиліття він визволив із рабства за кордоном близько сорока українок. Оплачує пошуки німецький телеканал «RTL», який знімає передачі про секс-індустрію. Разом із журналістом Бурхардом Кресом, автором журналістських розслідувань, Ігор Гнат проникає в нетрі злочинного бізнесу і все знімає на приховані камери. Отриманий гонорар Ігор розділяє між сім'єю та Регіональним центром соціальної адаптації.

Заповітною, однак поки що нездійсненою через брак коштів мрією Ігоря Гната є створення на території Центру будинку для літніх людей. Старше покоління, що має великий життєвий досвід, могло б передавати його экс-засудженим, яких було позбавлено виховання; могло б навчати їх корисних справ. А колишні в'язні, тим часом, могли б опікуватися німецькими людьми.



## Соціальний проект «Собачі вбиральні». Торгова марка «ЛавГав»

<http://lovegaw.prom.ua>

<http://lovegaw.com>

<https://www.facebook.com/welovegaw>

Суть проекту «Собачі вбиральні» полягає в тому, щоб заохотити власників собак прибирати за своїми тваринами в парках, скверах тощо, тим самим вирішуючи проблему чистого довкілля. Бренд «ЛавГав» було засновано активістами ГО «Це наш Київ» з метою залучення коштів на обслуговування мережі «Собачих вбиралень», встановлених у парках і скверах Києва.

Автором проекту «Собачі вбиральні» є Дмитро Федоренко – ініціатор створення ГО «Це наш Київ», засновник інформаційного ресурсу «НашКиїв.UA» та першої благодійної торгової платформи «mirahy.com».

Перебуваючи за кордоном, Дмитро звернув увагу на те, що всі власники собак прибирають за своїми улюбленцями. Цьому сприяли наявність спеціальних конструкцій для собачих відходів та штрафи за недотримання порядку. У нашій країні за собаками прибирає менш ніж 1 % власників. На початку 2015 року у своєму дворі Дмитро прикріпив великий пакунок із пакетиками та заздалегідь висловив подяку сусідам за прибирання. Залишені пакети було використано, а згодом з'явилися нові, тобто люди були готові прибирати за своїми тваринами. Так виникла ідея створити проект «Собачі вбиральні», який було запущено навесні 2015 року громадською організацією «Це наш Київ».

Перші 5 конструкцій для відходів презентувались у травні 2015 року в рамках фестивалю «PRO місто». Упродовж трьох літніх місяців у парках столиці громадські активісти розповідали власникам собак, яку шкоду приносять довіллію неприбрані відходи їхніх улюбленців. Експеримент, проведений командою ГО «Це наш Київ», показав, що в місцях встановлення «Собачих вбиралень» кількість власників, які почали прибирати за своїми собаками, зросла на 20–50 %.

Якийсь час кошти на обслуговування встановлених конструкцій надавав інформаційний ресурс «Наш Київ.UA». Проте з часом їх стало не вистачати, а очікуваної фінансової підтримки з боку міста та бізнесу не було. З метою залучення коштів для обслуговування мережі «Собачих вбиралень» активісти ГО «Це наш Київ» на початку 2016 року створили бренд «ЛавГав». Компанія «ЛавГав» є автором, офіційним розробником та постачальником конструкцій «Собача вбиральня». Сучасні контейнери відповідають європейським і американським стандартам технічно та з погляду дизайну. Їх виробляють зі сталі; вони є стійкими до корозії та мають чіткі написи. Вартість однієї конструкції з доставкою в інше місто та встановленням – 2 500 грн, тоді як американський варіант коштує приблизно 400 дол. Крім того, надаються послуги зі встановлення (із доставкою та отриманням дозвільних документів) і щомісячного обслуговування «Собачих вбиралень» на регулярній основі.

«ЛавГав» виготовляє біопакети для прибирання за собакою, персональні диспансери зі змінними біопакетами, засіб для ефективного видалення кліщів і продає їх через мережу Інтернет.

Проект «Собачі вбиральні» існує виключно за рахунок соціального підприємництва та приватних інвестицій. Ініціатива «Собачі вбиральні» націлена як на власників тварин, так і на інших мешканців міст. Вона є інструментом розширення зони персонального комфорту кожного жителя. Майже третина прибутку підприємства спрямовується на закупівлю біопакетів і амортизацію обладнання у

м. Києві. Кожна десята конструкція безкоштовно передається громадській організації «Це наш Київ» для розширення мережі. Станом на кінець 2016 року в Києві було встановлено понад 100 конструкцій із біопакетами та сміттєвими ящиками.

До проекту активно залучаються громади й муніципалітети Одеси, Львова, Тернополя, Сум, Черкас та інших міст. Команда проекту виїжджає в регіони, проводить семінари, на яких ділиться напрацьованим досвідом вирішення проблеми забруднення навколишнього середовища собачими відходами. «Собачі вбиральні» виграли тендер на системну поставку сорока «Собачих вбиралень» до Львова. Конструкції було протестовано замовником на функціональність, доступність споживачеві, вандалостійкість, естетику зовнішнього вигляду та урбаністичну прозорість.

У майбутньому планується продовжувати популяризацію бренду «ЛавГав», пропонувати продукцію «ЛавГав» не лише містам, а й різним комерційним організаціям, у тому числі ОСББ. Конструкціями зацікавилися не лише на території України, а й за її межами.

Також планується реалізувати громадський проект з ідентифікації тварин у місті. Сплата податків власниками зареєстрованих тварин дасть змогу фінансувати спеціальні зони вигулу тварин, формувати квоти на вивезення й утилізацію органічного сміття комунальниками, мати якісні ветеринарні служби та муніципальні притулки для тварин.

Використані джерела:

- 1) Сайт онлайн-магазину «ЛавГав». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lovegaw.prom.ua/>
- 2) Інтерв'ю с Дмитрием Федоренком, основателем «ЛавГав». 20.12.2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://petadvisor.in.ua/ru/intervyu-s-dmitriem-fedorenkom-osnovatelem-lavgav>
- 3) Безкоровайная И. Творческий подход: самые необычные бизнесы Киева / Наш Киев. 7 листопада 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nashkiev.ua/zhurnal/rastouschiy-gorod/tvorcheskiy-podhod-samye-neobychnye-biznesy-kieva.html>
- 4) Інтерв'ю ІТ-і медіапредпринимателем Дмитрием Федоренко, 17 липня 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agronews.org/2454-ya-nikogda-ne-dumal-hto-budu-zanimatsya-kogda-nibud-organicheskimi-otkhodami-i-sobachej-uborkoj-chetvertaya-chast-intervyu-s-it-i-media-predprinimatelem-dmitriem-fedorenko>
- 5) Про успіх.COM. Блог про успішні проекти, 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prouspih.com/nash-kiev/>
- 6) Дай лапу: «Наш Киев» запускает спецпроект о лучших друзьях человека / Наш Киев, 08.02.2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://nashkiev.ua/novosti/day-lapou-nash-kiev-zapouskaet-spetsproekt-o-louchshih-drouz-yah-cheloveka.html?in\\_parent=novosti](https://nashkiev.ua/novosti/day-lapou-nash-kiev-zapouskaet-spetsproekt-o-louchshih-drouz-yah-cheloveka.html?in_parent=novosti)



# ДОДАТОК 1.

## Приклади навчання соціального підприємництва в окремих університетах світу

### Університет Дюка (США)

(Duke University)

#### Центр розвитку соціального підприємництва (ЦРСП)

(Center for the Advancement of Social Entrepreneurship)

[www.fuqua.duke.edu/centers/case](http://www.fuqua.duke.edu/centers/case)

ЦРСП розвиває та підтримує сферу соціального підприємництва через спільні навчальні програми, які залучають студентів магістерських програм, викладачів і лідерів зі сфери соціального підприємництва. ЦРСП вважає необхідним зближення традиційного комерційного та соціального підприємництва через застосування поточних бізнес-моделей, а також інструментів і навичок, напрацьованих у соціальній сфері.

### Інститут соціальних наук Тата (Індія)

Tata Institute of Social Sciences

#### Магістерська програма із соціального підприємництва

Masters in Social Entrepreneurship

[www.tiss.edu](http://www.tiss.edu)

Інститут соціальних наук Тата розробив першу не лише в Індії, а й у світі магістерську програму із соціального підприємництва. Центр соціального підприємництва разом зі Школою менеджменту та трудових ресурсів було засновано після ретельного дослідження сучасних потреб суспільства у формуванні нової генерації лідерів, які зможуть створити підприємства із соціальними цілями для підвищення рівня життя і сталого розвитку. Дворічна магістерська програма із соціального підприємництва має на меті виховання таких керівників змін. Очікується, що висококваліфіковані випускники самі стануть соціальними підприємцями. Навчальна програма націлена на створення інноваційного та сталого підходу до вирішення проблем малозабезпечених верств населення.

### Гарвардський університет (США)

(Harvard University)

#### Ініціатива соціального підприємництва

(The Social Enterprise Initiative)

[www.hbs.edu/socialenterprise](http://www.hbs.edu/socialenterprise)

Ініціатива соціального підприємництва в Гарвардській бізнес-школі виховує майбутніх лідерів, які здатні змінити світ. Ініціатива соціального підприємництва має на меті надихнути, забезпечити освіту та підтримати лідерів із усіх секторів, щоб ті зі свого боку застосовували набуті навички менеджменту для досягнення соціальних цілей.

### Університет Маямі (США)

(Miami University)

#### Центр соціального підприємництва

(Center for Social Entrepreneurship)

[www.fsb.muohio.edu/centers/social-entrepreneurship](http://www.fsb.muohio.edu/centers/social-entrepreneurship)

Центр соціального підприємництва розробив навчальну програму світового рівня для студентів останніх років навчання. Програма поєднує в собі навчання, дослідження та практику соціального підприємництва, надаючи перевагу саме практичній складовій.

## Оксфордський університет (Велика Британія)

University of Oxford

### **Центр соціального підприємництва імені Сколла**

Skoll Centre for Social Entrepreneurship

[www.sbs.ox.ac.uk/skoll/mba](http://www.sbs.ox.ac.uk/skoll/mba)

Центр соціального підприємництва імені Сколла покликаний виховувати соціальних підприємців майбутнього. Для досягнення цієї цілі Центр: надає інноваційну бізнес-освіту потенційним соціальним підприємцям і тим соціальним підприємцям, які вже провадять свою діяльність; поєднує практиків, теоретиків і студентів, допомагає їм розвивати нові ідеї та створювати соціальні венчурні підприємства; а також сприяє поширенню нових ідей і втіленню найкращих бізнес-моделей на практиці. У межах інноваційної бізнес-освіти студентів навчають застосовувати підприємницькі підходи до вирішення соціальних проблем.





**ПРОЕКТ «ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ РОЗВИТКУ МІСТ»**

вул. Щекавицька, 30/39, офіс 27, Київ, 04071  
тел. +38 044 2071282  
факс +38 044 2071283  
office@pleddg.org.ua

**[www.pleddg.org.ua](http://www.pleddg.org.ua)**