



ЕКОСИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ





Екосистема соціального підприємництва в Україні: виклики та можливості / ПАКТ. Київ (Україна) – Вашингтон (США), 2018. 38 с.

Міжнародна неприбуткова організація ПАКТ (Pact) заснована в 1971 році і працює у 40 країнах світу, втілюючи програми міжнародної технічної допомоги. ПАКТ використовує у своїй роботі інтегрований адаптивний підхід для створення кращого майбутнього для громад, які стоять перед викликами бідності та маргіналізації. ПАКТ допомагає цим громадам, тому що прагне до світу, в якому кожен володіє своїм майбутнім, де голос людей почуто і вони мають навички та знання, щоб забезпечити собі гідне життя. Для досягнення цього ПАКТ вибудовує системні рішення в партнерстві з місцевими організаціями, бізнесом та урядами. Більше інформації на сайті **www.pactworld.org**.

ПОДЯКА

Представництво ПАКТ в Україні висловлює подяку дослідницькій команді: Олесі Гальчинській, Олені Герасимовій, Наталії Калягіній, Ользі Короленко, Анні Фенчак, Інні Шваб, а також Мейсону Інграму за допомогу в розробці дослідження, Василю Назаруку та Станіславу Лячинському – за внесок у підготовку звіту, Кетрін Холларан і Крістін де Гузман – за допомогу в підготовці звіту, Світлані Глущик – за редагування та Ларисі Курашиній – за дизайн і форматування документа.



4 ■ Список скорочень

5 ■ Глосарій основних термінів

7 ■ Стислий огляд

9 ■ Вступ

10 ■ Методологія

13 ■ Учасники екосистеми: соціальні підприємства

Визначення та огляд

Операційний контекст діяльності соціальних підприємств

Типологізація соціальних підприємств в Україні

Мотивація соціальних підприємців

Можливості та обмеження розвитку соціального підприємництва

21 ■ Учасники екосистеми: інкубатори та акселератори

Огляд інкубаторів та акселераторів в Україні

Типи та приклади інкубаторів та акселераторів

Додаткові фінансові можливості

Програми, які пропонують інкубатори/акселератори в Україні

Потреби інкубаторів/акселераторів та прогалини в наданні послуг

25 ■ Учасники екосистеми: донори/інвестори

Стислий огляд інвестиційної галузі

Фінансова підтримка соціального підприємництва в Україні

Мотивація інвесторів/донорів надавати фінансову підтримку соціальним підприємствам

Перешкоди для надання фінансування з точки зору донорів/інвесторів

Зацікавленість донорів/інвесторів у використанні посередницьких послуг

Оцінка соціального впливу

31 ■ Взаємодія в екосистемі соціального підприємництва: прогалини, виклики та можливості розвитку

Взаємодія між учасниками екосистеми та громадянами

Вимірювання соціального впливу

33 ■ Висновки та перспективи розвитку

36 ■ Додаток 1. Гайди для проведення глибинних інтерв'ю

1. Соціальні підприємці

2. Інкубатори/акселератори

3. Донори/інвестори

38 ■ Додаток 2. Гайд для проведення фокус-групи

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

APEA	Прикладний політико-економічний аналіз (applied political economy analysis)
SROI	Окупність соціальних інвестицій (social return on investment)
USAID	Агентство США з міжнародного розвитку (United States Agency for International Development)
WNISEF	Western NIS Enterprise Fund
АТО	Антитерористична операція
БО	Благодійна організація
БФ	Благодійний фонд
ВПО	Внутрішньо переміщені особи
ГІ	Глибинне інтерв'ю
ГО	Громадське об'єднання
ІТ	Інформаційні технології
КСВ	Корпоративна соціальна відповідальність
ПРООН	Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй
ТОВ	Товариство з обмеженою відповідальністю
УФБ	Український форум благодійників
ФГД	Фокус-групово дискусія
ФОП	Фізична особа – підприємець

ГЛОСАРІЙ ОСНОВНИХ ТЕРМІНІВ

У цьому звіті наведені нижче скорочення й терміни вживаються в такому значенні:

АРЕА	Прикладний політико-економічний аналіз (applied political economy analysis) – це методологія, яка передбачає оцінку ключових динамічних характеристик та соціальних/політичних/економічних мотивів в обраному секторі або місцевості; аналіз поточної ситуації («Чому саме так, а не інакше?») у визначеному секторі, місці й часі. Цей аналіз є прикладним у тому сенсі, що має на меті практичне застосування отриманої інформації для прийняття рішень щодо будь-якої діяльності.
Акселератор	Організація, яка має на меті підтримку соціальних стартапів та їх підготовку до отримання інвестицій на етапах зростання та масштабування.
Анти-терористична операція (АТО)	Комплекс військових та спеціальних організаційно-правових заходів українських Силкових структур, спрямований на протидію діяльності незаконних російських та проросійських збройних формувань у війні на Сході України. АТО тривала з 14.04.2014 до 30.04.2018; після АТО на Сході України було розпочато Операцію об'єднаних сил (ООС).
Аутсорсинг	Передача (на підставі договору) організацією певних видів або функцій виробничої підприємницької діяльності іншій компанії, що діє у відповідній галузі.
Благодійна організація (БО)	Юридична особа приватного права, установчі документи якої визначають благодійну діяльність як основну мету її діяльності.
Благодійний фонд (БФ)	Благодійна організація, яка діє на підставі статуту, має учасників та управляється учасниками, які не зобов'язані передавати цій організації будь-які активи для досягнення цілей благодійної діяльності.
Венчурна філантропія	Поєднує концепцію та методи венчурного бізнесу з цілями філантропів; спрямована на те, щоб за допомогою фінансових ресурсів і нематеріальної підтримки розбудувати сильні соціальні організації та проекти, зокрема ті, що змінюють життя людей на краще.
Внутрішньо переміщені особи (ВПО)	Громадяни України, які були змушені покинути своє місце проживання внаслідок або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру.
Глибинне інтерв'ю	Метод якісного аналізу інформації, що полягає у проведенні нестандартизованого інтерв'ю з певної проблеми та дозволяє розкрити поведінку і ставлення людей до різних явищ.
Грант	Грошові або інші засоби, які передаються громадянам та юридичним особам для провадження чітко визначеної донором діяльності.
Громадське об'єднання (ГО)	Добровільне об'єднання фізичних та/або юридичних осіб приватного права для здійснення та захисту прав і свобод, задоволення суспільних, зокрема економічних, соціальних, культурних, екологічних та інших інтересів.
Донор	Організація, яка надає іншим організаціям офіційну допомогу для розвитку.
Інвестиції	грошові кошти, цінні папери, інше майно, в тому числі майнові права, інші права, які мають грошову оцінку, що вкладаються в об'єкти підприємницької та/або іншої діяльності з метою отримання прибутку та/або досягнення іншого корисного ефекту.
Інвестиції безповоротні	Сума коштів, що надійшла суб'єктові господарювання в користування за договором, який зазвичай передбачає реалізацію соціальних проектів, та не є обов'язковою до повернення.

Інвестиції поворотні	Сума коштів, що надійшла суб'єктові господарювання в користування за договором, який не передбачає нарахування відсотків або інших видів компенсацій у вигляді плати за користування такими коштами, та є обов'язковою до повернення.
Інвестор	Фізична чи юридична особа, яка вкладає кошти та/або інші активи з метою їх збереження та примноження.
Інвестор соціальний	Держава, комерційні та інші організації, а також фізичні особи, які вкладають матеріальні, технологічні, управлінські чи інші ресурси, а також фінансові кошти у розв'язання будь-яких соціальних проблем, насамперед з метою поліпшення якості життя та розвитку людського потенціалу.
Інвестування соціальне	Використання і залучення зовнішніх та внутрішніх ресурсів для забезпечення підтримки приватних підприємств та фізичних осіб – підприємців з метою досягнення соціального та екологічного впливу.
Інкубатор	Організація, діяльність якої спрямована на надання соціальним підприємствам необхідних знань, навичок, інструментів для перетворення ідеї на бізнес-модель.
Кооператив	Юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування.
Краудсорсинг	Спосіб колективного фінансування, заснований на добровільних внесках.
Кредит	Кошти й матеріальні цінності, що надаються кредитором у користування позичальникові на визначений строк та під визначений відсоток.
Патерналізм	Система відносин, за яких влада забезпечує потреби громадян, а ті в обмін на це дозволяють диктувати їм моделі поведінки як публічного, так і приватного характеру.
Соціальне підприємство (СП)	Бізнес, покликаний розв'язувати соціальні та/або екологічні проблеми у громадах, у фокусі якого – досягнення економічного та соціального ефекту. Соціальні підприємці поєднують соціальні цілі з підприємницьким духом.
Соціально вразливі групи населення	Представники вразливих/пригнічених верств населення – індивіди або соціальні групи, що мають вищу, ніж інші, ймовірність зазнати негативних впливів соціальних, екологічних факторів або хвороби; прикладами таких груп є ВПО (внутрішньо переміщені особи), жінки, діти, ЛВН (люди, які вживають наркотики), ЛЖВ (люди, які живуть з ВІЛ) та інші.
Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	Організація, суб'єкт господарювання, статутний капітал якої поділений на частки, розмір яких встановлюється статутом товариства. Товариство з обмеженою відповідальністю є різновидом господарських товариств.
Фізична особа – підприємець (ФОП)	Фізична особа, яка реалізує свою здатність до праці шляхом самостійної, на власний ризик, діяльності з метою отримання прибутку.
Фокус-групові дискусії (ФГД)	Якісний метод дослідження, групове інтерв'ю, організоване у вигляді розмови кількох респондентів (зазвичай 6-12 осіб) на визначену інтерв'юером-модератором тему, що дозволяє розкрити мотивацію людей, побачити варіанти сприйняття/ставлення до проблеми тощо.



СТИСЛИЙ ОГЛЯД

Контекст Маючи радянське минуле, Україна фактично тільки перетворюється з патерналістської країни з державним регулюванням економіки на країну з ринковою економікою. Нестабільність політичної ситуації, війна, економічна криза та потужна хвиля вимушеної міграції сповільнюють розвиток країни, тому ведення бізнесу, а особливо соціального, в таких умовах є досить ризикованим. Втім, слід відзначити, що впродовж останніх років в Україні набирають обертів потужні позитивні тренди: посилюється інституційна спроможність організацій громадянського суспільства, з'являються нові громадські ініціативи, а близькі за цінностями бізнеси консолідуються навколо тем сталого розвитку та соціальної відповідальності.

Розвиток соціального підприємництва в Україні привернув увагу та почав здобувати підтримку міжнародної спільноти на початку 2000-х років. З 2015 року соціальне підприємництво в Україні стало розвиватися більш активно як вимушена реакція суспільства на нові виклики, пов'язані з конфліктом на Сході України та погіршенням соціально-економічної ситуації. Соціальне підприємництво набуває все більшого поширення в Україні завдяки своїй здатності вирішувати соціальні та економічні проблеми, проте цей феномен все ще залишається досить молодим, а екосистема все ще не повністю сформована.

Оцінка екосистеми соціального підприємництва

Загалом екосистема соціального підприємництва включає підприємців, бізнес-асоціації та корпорації, донорів, фонди, соціальних інвесторів, інкубатори, акселератори, вищі навчальні заклади, організації, що надають посередницькі та дослідницькі послуги, органи влади, медіа та громаду. В Україні основними учасниками екосистеми все ще залишаються лише соціальні підприємства, фінансові установи (донори, інвестори, венчурні філантропи), інкубатори та акселератори.

У багатьох випадках створення та розвиток соціальних підприємств пов'язані з потребами, які держава наразі не може повністю задовольнити з різних причин (найгострішими з цих потреб є, зокрема, подолання безробіття, посилення соціального захисту та охоплення вразливих груп населення). Для громадських організацій мотивацією створення соціального підприємства є можливість диверсифікувати фінансування та зменшити свою залежність від коштів донорів, а також бути більш самостійними у прийнятті рішень щодо того, на які саме потреби спрямовувати отримані кошти.

Інкубатори та акселератори, що спеціалізуються на підготовці та запуску соціальних підприємств, почали з'являтися в Україні після 2010 року як частина підтримувальної інфраструктури в рамках міжнародних донорських проектів, і більшість таких програм для соціальних підприємців є складовою проектів технічної допомоги, що не забезпечує їхньої стійкості та не сприяє системній роботі. Потужність вищих навчальних закладів як потенційних інкубаторів соціальних підприємств в Україні реалізована не повністю. Здебільшого функції інкубаторів та акселераторів в Україні дуже схожі, а послуги, які вони надають, не відрізняються.

Зараз організації, що надають фінансування, демонструють усе більший інтерес до підтримки соціального бізнесу. Хоча фінансова підтримка соціальних підприємств в Україні відбувається здебільшого через реалізацію проектів технічної допомоги за підтримки міжнародних донорських організацій, проте існують інвестиційні фонди, венчурні філантропи, приватні фонди та регіональні державні фонди, які сприяють розвитку соціального підприємництва. Краудсорсинг стає все більш поширеним явищем в Україні.

Незважаючи на те що люди готові та мотивовані до створення та розвитку соціальних підприємств, існує низка перешкод, які заважають розвивати цей сектор стратегічно та якісно. Серед них – недосконала нормативно-правова база; непрозорість та корупція; насиченість ринку донорськими коштами, які часто обмежуються стартовим капіталом, і водночас недостатній доступ до кредитів, інвестицій та фондів приватних компаній. Представники організацій, що надають фінансування, підкреслюють також відсутність сильних команд, брак «м'яких навичок» та фінансової грамотності соціальних підприємців, небажання керівників вкладати кошти в розвиток ділових навичок своїх команд, відсутність системи для вимірювання результатів та соціального впливу.

Висновки та подальші кроки

Оскільки екосистема соціального підприємництва в Україні тільки починає розвиватися, поки важко оцінити, наскільки ефективно вона функціонує. Проте вона продовжує зростати.

Основними недоліками екосистеми є обмежені знання учасників один про одного, відсутність системної взаємодії та комунікації між ними. Формуванню ефективної екосистеми може сприяти платформа, призначена для забезпечення регулярного інтерактивного обміну інформацією та мережування, обміну досвідом та зустрічей організацій, що надають фінансування, з соціальними підприємцями. Також необхідно встановити взаємодію з бізнес-спільнотою, яка може забезпечувати менторську підтримку соціальним підприємствам для сприяння їх зростанню та розширенню.

Ще один важливий недолік, який необхідно усунути, – це відсутність моніторингу та оцінки екосистеми. Як соціальні підприємства, так і фінансові установи повинні мати можливість оцінювати досягнуті фінансові та соціальні результати для обґрунтування потреби подальших інвестицій у цей сектор.

Нарешті, популяризація соціального підприємництва допоможе подолати патерналістське сприйняття соціальних проблем, залучати людей та підприємства до більш активної співпраці з ними, досягти більшої взаємодії влади, громадянського суспільства та бізнесу і формувати бізнес «із сенсом».



ВСТУП

В Україні, починаючи з 2008 року, ПАКТ впроваджує програми USAID, які сприяють розвитку демократії та зміцненню потенціалу громадянського суспільства. Разом з національними та місцевими партнерами ПАКТ просуває впровадження реформ, підтримує ініціативи з посилення громадянської активності, допомагає розвивати секторальне та міжсекторальне мережування та співпрацю. З 2012 по 2017 роки ПАКТ впроваджував в Україні проект USAID, спрямований на посилення спроможності державного сектору та неурядових організацій з метою зниження темпів поширення ВІЛ-інфекції за допомогою сталих національних програм. У рамках цього проекту у 2015 році ПАКТ ініціював пілот зі створення соціальних підприємств на базі громадських організацій. Шість ВІЛ-сервісних організацій упродовж двох років отримували технічну допомогу через участь у тренінгах, менторську підтримку, обмін досвідом у форматі спільноти практиків. Результатом пілоту стало те, що всі шість організацій запустили свої соціальні підприємства.

Спираючись на цей досвід, ПАКТ ініціював проведення в Україні прикладного політико-економічного аналізу (applied political economy analysis – АРЕА) з метою більш глибокої оцінки екосистеми соціального підприємництва для сприяння її подальшому розвитку. Аналіз було проведено групою фахівців організації впродовж лютого–червня 2018 року з метою визначення формальних та неформальних перешкод, мотивів для різних гравців та можливостей розвитку екосистеми соціального підприємництва в Україні. Цей звіт являє собою результати аналізу, який включав кабінетне дослідження, глибинні інтерв'ю з ключовими інформантами та фокус-групову дискусію.



МЕТОДОЛОГІЯ

Прикладний політико- економічний аналіз

Для цілей цього дослідження, що проводилось упродовж лютого–червня 2018 року, ПАКТ застосував методологію прикладного політико-економічного аналізу (applied political economy analysis, APEA), яка передбачає оцінку ключових динамічних характеристик та соціальних/політичних/економічних мотивів в обраному секторі або місцевості, аналіз поточної ситуації у визначеному секторі, місці й часі. Цей аналіз прикладний у тому сенсі, що має на меті практичне застосування отриманої інформації для прийняття рішень щодо будь-якої діяльності. На **Рисунку 1** зображено п'ять основних етапів аналізу APEA.



Рисунок 1. Основні етапи APEA

ПАКТ обрав методологію APEA, яка найкраще відповідає потребам отримання від широкого кола зацікавлених сторін за короткий проміжок часу інформації з різних тем, які є підґрунтям для прийняття рішень і демонструють ключові проблеми та прогалини для подальшої успішної роботи.

Цілі та завдання дослідження

Метою аналізу була оцінка екосистеми соціального підприємництва в Україні. Результати APEA надають інформацію про наявні перешкоди та виклики, мотиви та можливості для учасників екосистеми: організацій, що надають фінансування, представників інкубаторів та акселераторів, соціальних підприємців.

APEA побудована на основі п'яти основних запитань, які допомагають визначити основні перешкоди та можливості для розвитку екосистеми соціального підприємництва:

1. Які є формальні та неформальні перешкоди, мотиви та можливості для гравців, котрі надають підтримку та фінансування соціальним підприємствам в Україні?
2. Які є перешкоди для соціальних підприємців щодо отримання фінансування?
3. В яких ринках/секторах найбільш зацікавлені особи та організації, котрі надають підтримку та фінансування соціальним підприємствам, і чому?

4. Які фінансові структури (традиційні донорські структури, благодійні фонди, бізнеси) надають підтримку соціальним підприємцям в Україні? Чому вони цим займаються? З якими проблемами стикаються?
5. Чи зацікавлені організації, що надають фінансування, та соціальні підприємці в посередницьких послугах, які б допомагали їм знаходити одне одного?

Методи збору даних

Дослідницький процес включав чотири компоненти: проведення кабінетного дослідження та картування основних учасників екосистеми, проведення глибинних інтерв'ю та фокус-групової дискусії.

Кабінетне дослідження

Кабінетне дослідження включає аналіз наявних соціальних підприємств, основних організацій, що надають фінансування, інкубаторів та акселераторів, які функціонують в Україні, та результатів попередніх досліджень у сфері соціального підприємництва, серед яких, зокрема:

- Annual Impact Investor Survey (GIIN, 2018);
- Synthesis report Social Economy in Eastern Neighborhood and in the Western Balkans (European Union, 2018);
- Policy report Cross-sector collaboration for better social outcomes (EVPA, 2018);
- Blockchain for social impact (Graduate school of Stanford business, 2018);
- Dealbook of Ukraine (AVentures, 2018);
- Ukraine 2017 annual report (USAID);
- 2017 annual impact report (Mercy Corps);
- Why business Angels do not invest (EBAN, 2017);
- Підсумковий звіт за результатами дослідження «Соціальні підприємства в Україні» (Western NIS Enterprise Fund, 2017);
- Social Entrepreneurship in Ukraine study (Pact, Inc. and Western NIS Enterprise Fund, 2016);
- A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges (Article in Journal of Business Venturing, 2009);
- Social Enterprise in Ukraine (in frame of ICSEM project);
- Amplifyⁱⁱ (NGO Impact Investing Network, 2006).

ПАКТ також здійснив картування основних учасників української екосистеми соціального підприємництва, зокрема соціальних підприємств, організацій, що надають фінансування, інкубаторів та акселераторів.

Глибинні інтерв'ю

Наступним етапом було проведення **глибинних інтерв'ю** з ключовими інформантами (соціальними підприємцями, представниками організацій, що надають фінансування, інкубаторів та акселераторів; див. **Табл. 1**) з метою отримання інформації про їхню мотивацію та принципи роботи, взаємодію в екосистемі, потреби та виклики. Інтерв'ю проводилися фахівцями ПАКТ особисто або через Skype, якщо особиста зустріч була неможливою. Усім ключовим інформантам ставились схожі запитання (див. **Додаток 1**).

ФГД

ПАКТ також провів фокус-групову дискусію (**ФГД**) з представниками соціальних підприємств, організацій, що надають фінансування, інкубаторів та акселераторів з метою аналізу взаємодії всіх учасників

екосистеми, розвитку соціального підприємництва, визначення потреб, викликів та можливостей їх розвитку та масштабування в Україні (див. **Додаток 2**). Список учасників фокус-групи було сформовано на основі рекомендацій респондентів під час інтерв'ю.

Вибір ключових зацікавлених сторін

У **Таблиці 1** наведено всі зацікавлені сторони, залучені до дослідження. ПАКТ випадковим чином обрав 11 соціальних підприємств із Каталогу соціальних підприємств, базуючись на наступних критеріях: юридична форма соціального підприємства, географічне розташування (південь-північ-схід-захід), дата створення, галузь діяльності. Організації, що надають фінансування, обиралися за типом фінансування: надавачі грантів (міжнародні донорські агенції та благодійні фонди) та інвестицій (поворотних та безповоротних). Інкубатори та акселератори обиралися за цільовою аудиторією та ключовими програмними темами.

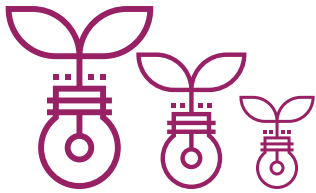
Таблиця 1. Ключові інформанти дослідження

Тип Населений пункт Назва

Соціальні підприємці	Івано-Франківськ	Громадський ресторан «Urban space 100»
	Київ	- Благодійна торгова платформа «Мурахи» - Благодійний магазин «Ласка» - Благодійна лавка «Доброслон» - Студія освітньої та комерційної анімації «Need»
	Краматорськ, Донецька обл.	Студія дизайну та типографії «Горливі»
	Кривий Ріг, Дніпропетровська обл.	Фонд «Професійний розвиток»
	Львів	«Горіховий дім» - Соціальне підприємство «Рукомисли»
	Нижні Сірогози, Херсонська обл.	ГО «Центр сімейного добробуту»
	Черкаси	Меблеве виробництво «Soft Profit»
Організації, що надають фінансування	Брюссель, Бельгія	Європейська асоціація венчурної філантропії (EVPA)
	Київ	- Omidyar Network - Western NIS Enterprise Fund - Міжнародний фонд «Відродження» - Фонд Олени Пінчук; - Благодійний фонд родини Нечитайло - БО «БФ «Помогатор»
Інкубатори та акселератори	Київ	1991 Open Data Incubator; «Українська соціальна академія» (UCA) - Школа соціального підприємництва «SELab» - ГО «Greencubator»
	Одеса	Impact HUB Odessa

Обмеження AREA

Основним обмеженням такого виду оцінки є відсутність кількісної інформації про екосистему. Дослідження не є репрезентативним, оскільки використовуються лише якісні методи, що зменшує надійність зібраних даних.



УЧАСНИКИ ЕКОСИСТЕМИ: СОЦІАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА

Визначення та огляд

За своєю суттю соціальне підприємництво визначається як бізнес, покликаний розв'язувати соціальні та/або екологічні проблеми у громадах, причому в їхньому фокусі – досягнення і економічного, і соціального ефекту. Часто соціальне підприємництво позначають трьома літерами Р: Profit – прибуток (бізнес), People – люди (соціум), Planet – планета (довкілля), що вказує на самодостатність такого підприємства в ресурсах, які використовуються і для реінвестування в розвиток бізнесу, і для соціального інвестування. Міжнародний, та й вітчизняний, досвід свідчить, що у розв'язанні соціальних проблем немає кращої альтернативи, ніж підприємницькі підходи, оскільки такий вид бізнесу має подвійний ефект: прибуток підвищує якість життя людей і забезпечує життєздатність організацій через зменшення їхньої потреби в постійній фінансовій допомозі.

Соціальне підприємство (СП) відрізняється від інших підприємств тим, що для нього соціальний ефект є прямим цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності. Це означає, що соціальні цілі повинні бути закріплені у статуті організації або в інших документах, які приймаються засновниками і є обов'язковими до виконання. Інша суттєва відмінність СП від звичайного бізнесу – це розподіл прибутку. Цей критерій є продовженням попередньої ознаки, бо вказує, яким чином розподіляється прибуток від комерційної діяльності залежно від соціальних цілей.

В Україні часто плутають корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) із соціальним підприємництвом. Насправді це два різні явища: основною метою соціально відповідального бізнесу є створення продукту чи послуги та отримання прибутку, при цьому соціальний ефект є додатковим аспектом, доцільність якого визначається рішенням керівництва, тоді як для соціального підприємства соціальний ефект – це його сутність та обов'язкова складова.

Розвиток соціального підприємництва в Україні привернув увагу та почав здобувати підтримку міжнародної спільноти на початку 2000-х років. З 2015 року соціальне підприємництво в Україні стало розвиватися більш активно як вимушена реакція суспільства на нові виклики, пов'язані з конфліктом на Сході України та погіршенням соціально-економічної ситуації. Спостерігається зростання кількості реально діючих соціальних підприємств, що демонструє порівняння каталогів соціальних підприємств 2013 року (41 СП) і 2016–2017 рр. (150 СП). Соціальні підприємства створюються заради вирішення проблем безробіття, соціального захисту та інтеграції вразливих груп населення в суспільство. Проте в нашій країні досі нема єдиного чіткого визначення соціального підприємництва, ні в законодавчій, ні в професійній сфері. Наприклад, Каталог соціальних підприємств визначає соціальне підприємство як організацію (незалежно від організаційно-правової форми), яка вирішує соціальні та/або екологічні проблеми. Ключовими критеріями належності організації до кластеру соціальних підприємств можуть бути такі:

- працевлаштування вразливих груп населення (таких як ветерани АТО, ВПО, особи з інвалідністю, мешканці сільської місцевості та ін.);

- прибуток від діяльності повністю або частково спрямовується на підтримання статутної діяльності ГО, БО чи БФ;
- прибуток повністю або частково витрачається на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення¹.

Ці критерії є зрозумілими для соціальних підприємців, які розпочинали свій розвиток із благодійної чи громадської діяльності, та відповідають мотивам більшості з них щодо провадження цієї діяльності. Соціальні підприємці зазначають, що саме їхні цінності та бажання зробити суспільство кращим, життєвий досвід вирішення власних та суспільних проблем, необхідність самореалізації в соціальній сфері підштовхують їх до створення та розвитку соціальних підприємств. Але такий підхід і таке визначення значно обмежені лише соціальною складовою і не враховують того, що соціальне підприємство – це бізнес, тобто самостійний суб'єкт господарювання, створений відповідно до законодавства для виробництва продукції та надання послуг з метою задоволення суспільних потреб та отримання прибутку. І це та складова, на яку звертають увагу організації, що готові надавати фінансову підтримку саме бізнес-проектам з можливістю досягти соціального ефекту.

Отже, враховуючи зазначені вище підходи, соціальне підприємство можна визначати як бізнес, спрямований насамперед на соціальні цілі, прибутки якого йдуть переважно на саморозвиток, громадські справи чи розв'язання соціальних проблем². Формування належного розуміння поняття соціального підприємництва в Україні відкриє нові перспективи як для підприємців, так і для організацій, що надають фінансування, і дасть можливість усім учасникам екосистеми ефективно співпрацювати для створення бізнесу «із сенсом».

Операційний контекст діяльності соціальних підприємств

Результати проведеного кабінетного аналізу засвідчили значний вплив держави на регулювання бізнес-середовища України. Маючи радянське минуле, Україна фактично тільки перетворюється з патерналістської країни з державним регулюванням економіки на країну з ринковою економікою. Нестабільність політичної ситуації, війна, економічна криза та потужна хвиля вимушеної міграції сповільнюють розвиток країни.

Війна, бідність, безробіття та нестабільність призвели до формування нових уразливих груп, зокрема ВПО та ветеранів АТО та особливо вразили переміщених жінок, вдів та жінок-ветеранок АТО. Соціальні підприємці зосередились на закритті прогалин у послугах і працевлаштуванні вразливих категорій населення. Зростання уваги до прав жінок в Україні, ратифікація низки міжнародних договорів та конвенцій спонукали до переосмислення гендерних питань, посилення ролі жінки в соціальній та економічній сферах, що сприяло розвитку саме жіночих соціальних підприємств.

Слід зазначити, що такої організаційно-правової форми, як «соціальне підприємство», в українському законодавстві не існує. Чинне українське законодавство містить низку нормативно-правових документів, які частково регулюють діяльність соціального підприємництва. Стаття 62 Господарського кодексу України, стаття 16 Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації в Україні», стаття 21 Закону України «Про громадські об'єднання»,

¹ Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. Київ, видавн. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidpriemstva/katalog>.

² Посібник з планування соціального підприємства /Фріп Спреклі, за підтримки Британської Ради. URL: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf.

закони України «Про кооперацію» та «Про сільськогосподарську кооперацію», стаття 14 Закону України «Про основи соціальної захищеності людей з інвалідністю в Україні» надають певні можливості розвитку соціального підприємництва, найважливіші серед яких – це широкий спектр організаційно-правових форм, які може обрати СП для власної господарської діяльності, спрощена процедура реєстрації підприємств незалежно від статусу, можливість розвивати соціальне підприємництво на базі громадських об'єднань та благодійних організацій, дієвий механізм підтримки підприємств, створених громадськими організаціями людей з інвалідністю.

Проте все ще існує низка невирішених питань, зокрема можливості пільгового оподаткування, ризик втратити ознаку неприбутковості тощо. Вже було кілька спроб внесення законопроектів до Верховної Ради України (2013 і 2015 рр.), які мали визначити статус «соціального підприємства» і надати певні преференції такому виду бізнесу. Усі спроби були невдалими, оскільки їх не підтримали парламентські комітети через низку зауважень до основних положень законопроектів.

Через стереотипи та нерозуміння соціальні підприємці не отримують необхідного суспільного визнання або підтримки з боку держави, наприклад, у вигляді податкових пільг. Соціальний бізнес розглядається як благодійність та модель інклюзії, що функціонує здебільшого для осіб з особливими потребами.

Типологізація соціальних підприємств в Україні

Галузева належність

Соціальні підприємства, як і будь-які інші, можна поділити за галузевою належністю. Згідно з Каталогом соціальних підприємств, у 2017 році найбільш поширеними сферами діяльності соціальних підприємств в Україні були трудова, медична та соціальна реабілітація вразливих категорій населення (зокрема осіб з інвалідністю, ВПО та ветеранів АТО), вирощування та збут сільськогосподарської продукції, виготовлення та продаж продукції хенд-мейд, продаж товарів у благодійних магазинах і на онлайн-платформах (**Рис. 2**). Але часто соціальні підприємства не обмежуються лише однією галуззю, а працюють як багатопрофільні чи комбіновані підприємства.



Рисунок 2. Типи соціальних підприємств за галузями³, %*

*Сума перевищує 100%, оскільки соціальні підприємства можуть належати одразу до кількох галузей.

³ Каталог соціальних підприємств України 2016–2017 рр. Київ, видавн. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidpriemstva/katalog>.

На думку ключових інформантів, вибір галузі діяльності соціального підприємства часто залежить суто від моди: «Спочатку всі шили, потім варили каву, тепер популярними стали пекарні». Проте респонденти також відзначають, що вибір галузі може залежати і від вимог часу та розвитку бізнес-середовища загалом. Так, у зв'язку з децентралізацією в місцевих громадах невдовзі виникне необхідність закупівлі соціальних послуг, тому найбільш перспективними можуть стати підприємства, діяльність яких спрямована на покриття потреб держави в забезпеченні соціальної допомоги. З іншого боку, значно зростає кількість підприємств, які працюють у галузі інформаційних технологій (ІТ), що пов'язано з попитом на ІТ-рішення, зокрема в державній сфері та сфері надання громадських послуг.

Соціальне призначення

Важливим критерієм для типологізації соціальних підприємств може бути їхнє соціальне призначення, оскільки саме це відрізняє їх від звичайних прибуткових підприємств та бізнес-проектів. Соціальні підприємства в нашій країні здебільшого спрямовують свої зусилля на досягнення декількох цілей одночасно, проте найбільш активно соціальні підприємства працюють над працевлаштуванням соціально вразливих груп населення (61%) та генеруванням прибутку для підтримки діяльності організації (53%) (Рис. 3).



Рисунок 3. Види соціальних підприємств за соціальним призначенням⁴, %*

*Сума перевищує 100%, оскільки соціальні підприємства можуть одночасно виконувати декілька соціальних функцій.

Розподіл прибутку

Обрана галузь діяльності та соціальне призначення соціального підприємства часто впливають на рішення щодо обрання форми розподілу прибутку. В Україні найпоширенішими є такі варіанти:

- *Весь прибуток реінвестується в розширення підприємницької діяльності.* Такий підхід притаманний соціальним підприємствам, які створено людьми із соціально вразливих категорій задля самопомоги та працевлаштування, а також кооперативам, метою яких є підвищення якості життя громади.
- *Частина прибутку реінвестується, частина йде на соціальні цілі.* Такий розподіл характерний для соціальних підприємств, створених громадськими та благодійними організаціями. В цьому випадку частина прибутку, призначена для соціальних цілей, перераховується громадській/благодійній організації, що сприяє не лише розвитку комерційної складової, а й отриманню більшого соціального ефекту.
- *Весь прибуток йде на досягнення соціального ефекту.* Такий підхід використовують соціальні підприємства, здебільшого

⁴ Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. Київ, видавн. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidpriemstva/katalog>.

створені тандемом ГО-ФОП (ГО-ТОВ), коли ГО надає у користування ФОП (або приватному підприємству) певні засоби виробництва (приміщення) для комерційної діяльності, натомість весь прибуток повертається громадській організації. До цього типу належать майже всі благодійні магазини, які мають різні організаційно-правові форми і передають прибуток на соціальні проекти (свої чи інших організацій).

Організаційно-правові форми

Існують різні типи організаційно-правових форм, на основі яких створюються соціальні підприємства: ГО, ФОП, ТОВ, сільськогосподарські кооперативи тощо. Найбільш поширеними організаційно правовими формами є ТОВ (25%) та ФОП (15%). 13% соціальних підприємств працюють у вигляді ГО, а ще 14% працюють тандемом ГО/ФОП чи ГО/ТОВ (**Рис. 4**).

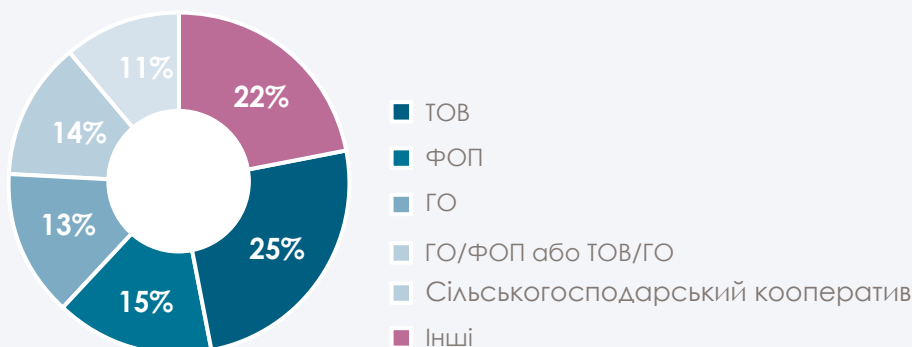


Рисунок 4. Види соціальних підприємств за організаційно-правовою формою⁵, %

Розмір та тривалість функціонування

Соціальні підприємства можна також поділити за критеріями тривалості їхнього існування та функціонування (**Рис. 5**) та розміру (великі, середні і малі) (**Рис. 6**). Здебільшого соціальні підприємства – це малі підприємства (в яких офіційно працевлаштовано до п'яти осіб), створені протягом останніх трьох років.

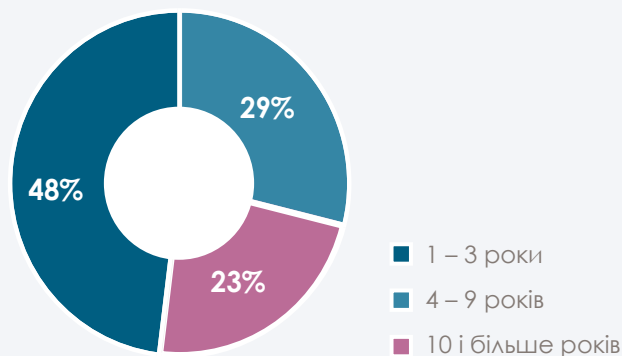


Рисунок 5. Види соціальних підприємств за тривалістю їхньої діяльності⁶, %

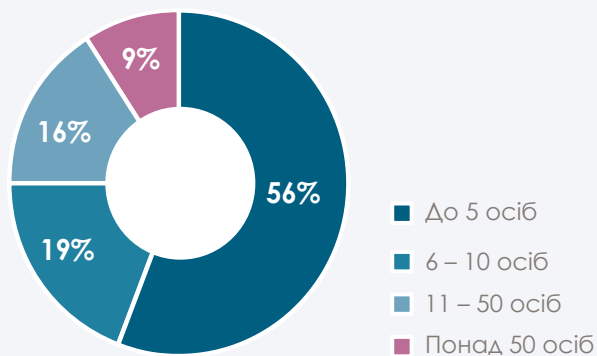


Рисунок 6. Види соціальних підприємств за розміром⁷, %

⁵ Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. Київ, видавн. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidpriemstva/katalog>.

⁶ Там само.

⁷ Там само.

Географічне розташування

Найбільша кількість соціальних підприємств припадає на північні (43%), зокрема м. Київ (20%), і західні регіони країни (27%). Згідно з даними Каталогу, соціальних підприємств немає лише у Рівненській області (**Рис. 7**).

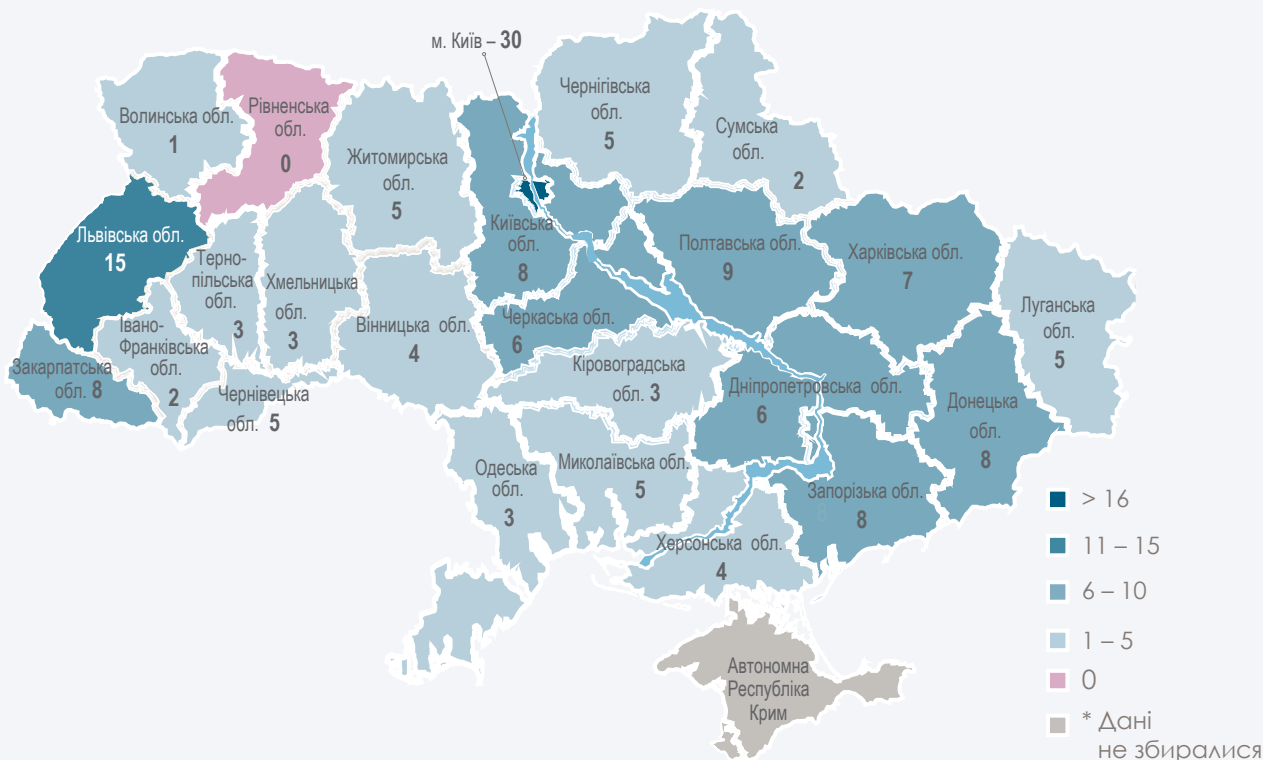


Рисунок 7. Розташування соціальних підприємств у регіонах України¹⁰

Мотивація соціальних підприємців

Найчастіше створення та розвиток соціальних підприємств учасники дослідження пов'язують з усвідомленою необхідністю вирішувати соціальні проблеми та відповідати на виклики, які стоять перед громадою чи суспільством загалом і які з різних причин поки що не може вирішити держава. Так, більшість нещодавно створених соціальних підприємств виникли у відповідь на необхідність створювати робочі місця для ВПО та учасників АТО, надавати соціальні послуги категоріям людей, які залишаються поза увагою держави, розвивати нові напрями, які сприятимуть взаємодії державного та громадського секторів (ІТ-рішення). Для громадських організацій мотивацією створення соціального підприємства стає можливість диверсифікувати фінансування та зменшити свою залежність від коштів донорів, а також бути більш самостійними у прийнятті рішень щодо того, на які саме потреби спрямовувати отримані кошти.

Загалом, найбільшою мотивацією соціальних підприємців до реалізації такої діяльності є їхні власні переконання та цінності, власний життєвий досвід та соціальна відповідальність. Наприклад, переконаність у необхідності зменшувати нераціональне використання текстильної та іншої продукції, забезпечувати професійний розвиток та створення робочих місць для вразливих категорій населення, підтримувати розвиток нових технологій у сфері «громадянських

⁸ Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. Київ, видавн. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialni-pidpriemstva/katalog>.

технологій» (civic tech) – це ті аспекти, які хвилюють соціальних підприємців і стають місією новостворених соціальних підприємств.

Варто відзначити, що часто поштовхом до створення соціального підприємства стає приклад іноземних колег – соціальних підприємців з Європи чи США, які демонструють успішні моделі створення бізнесу з соціальною чи екологічною метою. Так, інформанти зазначали, що мали можливість побачити чи вивчити досвід колег зі Словаччини, США, Нідерландів, що сприяло виникненню ідеї власного бізнес-проекту.

Можливості та обмеження розвитку соціального підприємництва

Законодавчі можливості та обмеження

Майже всі опитані представники соціальних підприємств зазначили, що однією з перешкод у створенні та функціонуванні соціальних підприємств є недосконалість законодавчої бази, зокрема відсутність окремої організаційно-правової форми, визначеної для діяльності соціальних підприємств, що унеможлиблює їх державну підтримку (окрім підприємств, заснованих громадськими організаціями осіб з інвалідністю), викликає непорозуміння з фіскальними органами, які не готові визнавати діяльність соціальних підприємств на базі громадських об'єднань і благодійних організацій. Але з іншого боку, деякі ключові інформанти вказали, що українське законодавство надає достатні можливості громадським та благодійним організаціям створювати підприємства задля досягнення їхніх статутних цілей, а така невизначеність щодо організаційно-правової форми, навпаки, дає змогу соціальним підприємцям обирати з широкого спектру ту форму, яка буде для них найбільш вигідною.

Доступ до фінансування

Проблемним моментом залишається доступ до фінансів, необхідних для створення та розвитку соціальних підприємств. З одного боку, ринок досить насичений донорськими коштами, які спрямовуються на розвиток соціального підприємництва. Але на практиці обсяг такої допомоги для окремого підприємця чи підприємства може становити від 500 до 10 000 євро, що не є достатнім капіталовкладенням для створення стійкого бізнесу. Також донори дуже часто обмежуються фінансуванням лише стартапу, а на подальший розвиток коштів уже не виділяють. До того ж, грантові кошти зазвичай мають певні обмеження у використанні та не відповідають реальним і часто непередбачуваним потребам підприємців щодо розвитку бізнесу.

З іншого боку, українські соціальні підприємці мають обмежений доступ до кредитування, інвестування та коштів приватних компаній. Ключові інформанти пов'язують це з побоюванням соціальних підприємців щодо отримання кредитів, невмінням працювати з інвестиціями, звичкою працювати з грантами, незнанням інвестиційної сфери та неможливістю знаходити контакти для співпраці в бізнес-середовищі. Представники соціальних підприємств, які є вихідцями з громадського сектору, часто протиставляють себе бізнес-спільноті та не готові налагоджувати зв'язки з представниками українських та іноземних бізнесів, що не сприяє їх інтеграції в більш широку екосистему.

Але вже сьогодні в Україні є приклади⁹ того, що кредити та інвестиції стають ефективним механізмом забезпечення зростання соціальних підприємств, і все більше підприємців замислюються про таку можливість.

⁹ URL: <http://wnisef.org/uk/media/impact-investing-uk/>.

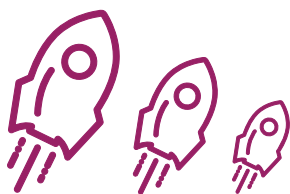
Брак навичок та людського капіталу

Незважаючи на доступну експертизу, знання, технології, інновації, які пропонують різні міжнародні донорські організації, інкубатори та акселератори, керівники соціальних підприємств не завжди готові поглиблювати свої знання з основ бізнесу, маркетингу, менеджменту, фінансів, що призводить до неможливості ефективно розвивати їхній бізнес. Більшість із них зізнаються, що не мають стратегій розвитку, фінансового та маркетингового планів.

Не лише соціальні підприємці, а й організації, що надають фінансування, представники інкубаційних програм повідомляють про відсутність сильних команд у соціальних підприємств і про неготовність керівників працювати над створенням таких команд через навчання, менторську та експертну підтримку. Це часто пов'язано з тим, що соціальні підприємці здебільшого фокусуються на соціальній складовій, а не на бізнесі, тому випускають з поля зору важливість посилення саме бізнес-навичок власної команди.

Подальший розвиток соціального підприємництва

Попри цілу низку складних моментів, слід відзначити, що протягом останніх років в Україні набирають обертів потужні позитивні тренди: посилюється інституційна спроможність організацій громадянського суспільства, з'являються нові громадські ініціативи, а близькі за цінностями бізнеси консолідуються навколо тем сталого розвитку та соціальної відповідальності. Кількість прикладів успішних соціальних підприємств зростає. Ці підприємства не лише отримують прибуток, а й сприяють вирішенню соціальних та екологічних проблем, мають значний соціальний вплив на розвиток громад і суспільства. Серед іншого, саме успішні соціальні підприємства змінюють ставлення до цієї сфери, спонукають усе більшу кількість людей долучатися до підтримки соціальних підприємств і навіть їх створювати.



УЧАСНИКИ ЕКОСИСТЕМИ: ІНКУБАТОРИ ТА АКСЕЛЕРАТОРИ

Огляд інкубаторів та акселераторів в Україні

Для успішного розвитку соціальних підприємств дуже важливою є їх підтримка на етапі як розробки бізнес-моделі, так і запуску стартапу. Саме таку підтримку надають інкубатори та акселератори. Вони спеціалізуються на підготовці та запуску соціальних підприємств і почали з'являтися в Україні після 2010 року як частина підтримувальної інфраструктури в рамках міжнародних донорських проектів.

Інкубатор – це організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою сприяння набуттю ними фінансової самостійності. Згідно зі світовою практикою, період інкубації триває в середньому 2-3 роки.

Акселерація – це найчастіше навчальна/менторська програма, спрямована на швидкий ріст стартапів. Головне завдання полягає в тому, щоб спільно з підприємцями-початківцями створити інвестиційно привабливий продукт чи послугу. Загалом програма акселератора є коротшою, ніж інкубатора, а команди, які проходять відбір, вже повинні мати робочий прототип, тоді як в інкубатор можуть відбирати ще тільки з ідеєю проекту.

Здебільшого функції інкубаторів та акселераторів в Україні дуже схожі, а послуги, які вони надають, не відрізняються. Основні послуги, які пропонують інкубатори та акселератори в Україні, включають формування бізнес-навичок, менторську підтримку та мережування. Стартовий капітал та доступ до фінансових ресурсів надають лише окремі інкубатори та акселератори, обмежуючись пошуком українських інвесторів через власні контакти.

Типи та приклади інкубаторів та акселераторів

Серед гравців, які пропонують інкубаційні/акселераційні програми для соціальних підприємців в Україні, є¹⁰:

- *Impact HUB Odessa* пропонує інкубаційні програми, консалтингові послуги, є майданчиком для освітніх подій та мережування¹¹.
- *Українська соціальна академія* пропонує програми для майбутніх лідерів та соціальних підприємців¹².
- *1991 Open Data Incubator* – перший в Україні некомерційний інкубатор, який допомагає перетворити відкриті державні дані на реальні стартапи, що надають сервіси українським громадянам, підприємствам та державним органам¹³.

¹⁰ Автори документа не мали на меті надати повний перелік наявних інкубаційних/акселераційних програм.

¹¹ URL: <https://impacthub.odessa.ua/>.

¹² URL: <http://social-academy.com.ua/>.

¹³ URL: <http://1991.vc/about/>.

- *Greencubator* розвиває екосистему стійкого підприємництва, низьковуглецевих інновацій та зеленої економіки в Україні та Східній Європі¹⁴.
- *SILab* – школа соціального підприємництва, спільна ініціатива Chasopys Creative Family та Українського форуму благодійників¹⁵.
- *YEP* – мережа академічних бізнес-інкубаторів, які надають бізнес-освіту для молоді з метою розвитку підприємницької екосистеми України¹⁶.
- *YEI* – інкубатор молодіжного підприємництва, створений для об'єднання ініціатив креативних молодих людей та підтримки розвитку їхніх бізнес-проектів¹⁷.

Більшість українських інкубаторів та акселераторів у сфері саме соціального підприємництва працюють лише за рахунок грантових коштів, що не забезпечує їхньої стійкості та не сприяє системності їхньої роботи. До таких належать, наприклад:

- проект «Соціальне підприємництво: досягнення соціальних змін за ініціативою «знизу», що реалізується БО «Український форум благодійників» за фінансової підтримки Європейського Союзу;
- проект «Новий відлік» (фінансування від Міжнародного фонду «Відродження»);
- проекти, що реалізовувались Фондом «Східна Європа» за підтримки урядів Великої Британії та Німеччини та із залученням представників бізнес-сектору, наприклад, Erste Bank в Україні тощо.

В Україні розвиваються і корпоративні бізнес-інкубатори. Великий бізнес отримує доступ до інновацій, аутсорсингу витрат на науково-дослідницьку роботу для вирішення технічних завдань та можливість придбання інноваційних компаній та технологій. Стартапи отримують доступ до ринку та великих замовників, можливість протестувати продукти, залучити експертизу, зворотний зв'язок та консультації від галузевих експертів та менторів, а також можливість комерційного запуску продукту в партнерстві з ключовим гравцем галузі. Прикладами таких інкубаторів є:

- *Radar Tech*¹⁸ – технологічний кластер, що об'єднує галузеві корпоративні акселератори, такі як «Агро», «Телеком», «Фінтек», «Енерготек».
- *Agrohub*¹⁹, що позиціонує себе як організація колективного впливу, котра підтримує впровадження інновацій в агробізнесі через ярмарки ідей та хакатони, результатом яких є короткі програми преакселерації або довгострокові корпоративні програми акселерації для впровадження більш технологічних рішень у сільськогосподарських компаніях.

У світі більшість інкубаторів та акселераторів функціонує на базі інститутів та університетів, оскільки цікаві інноваційні проекти переважно ініціює саме студентська молодь. Проте в Україні потенціал вищих навчальних закладів наразі використано неповною мірою. Сьогодні існують декілька інкубаційних програм на базі вищих навчальних закладів:

¹⁴ URL: <http://greencubator.info/>.

¹⁵ URL: <http://selab.chasopys.ua/>.

¹⁶ URL: <http://www.yepworld.org/ua/>.

¹⁷ URL: <http://yei.org.ua/>.

¹⁸ URL: <http://radartech.com.ua/>.

¹⁹ URL: <https://agrohub.org/>.

- Центр Митрополита Андрея Шептицького Українського католицького університету, в якому розпочав свою роботу *Центр підприємництва УКУ*²⁰.
- *Polyteco* – молодіжний IT бізнес-інкубатор, який функціонує на базі Наукового парку Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»²¹.
- *Start-up Business Incubator KNU* – молодіжна бізнес-платформа на базі Київського національного університету імені Тараса Шевченка, що спеціалізується на створенні сприятливих умов для реалізації стартап-проектів молодих науковців та студентів КНУ²².

Зараз частина інкубаторів та акселераторів функціонує як окремі громадські організації або благодійні фонди, що дає їм право продовжувати використовувати донорські та благодійні кошти для забезпечення свого функціонування. Для можливості отримання додаткового прибутку вони утворюють окремі приватні підприємства або ФОП і працюють тандемом ГО-ФОП або ГО-ТОВ.

Додаткові фінансові можливості

Деякі інкубатори/акселератори знаходять можливості для отримання додаткового фінансування, наприклад, від прогресивних компаній, які шукають інноваційні рішення, платних програм, створених супровідних платних послуг, отримання частки у створеному бізнесі або повернення частини коштів, вкладених у соціальних підприємців, у випадку їх успішного розвитку. Деякі керівники інкубаторів/акселераторів вважають, що участь у їхніх програмах має бути платною. Плата за участь сьогодні є здебільшого дуже символічною – від 100 до 800 гривень.

Найбільш стабільні на сьогоднішній день інкубатори та акселератори отримали стартовий капітал від індивідуальних інвесторів, для яких це, з одного боку, філантропія, а з іншого – вкладення грошей у нерухомість та обладнання. За умови закриття інкубатора/акселератора ці гроші повернуться інвестору повністю. Тим часом така інвестиція дозволяє інвесторам заявити про себе як про соціальних інвесторів, а замість швидких матеріальних дивідендів вони отримують репутацію.

Програми, які пропонують інкубатори/акселератори в Україні

Рекрутинг учасників програм інкубації/акселерації здебільшого відбувається через оголошення конкурсу на офіційних інтернет-сайтах та соціальних медіаресурсах. Основними критеріями відбору учасників у програму є інноваційна ідея, мотивація її розвивати та масштабувати, наявність команди, професійність (технічні навички) і налаштованість на здійснення соціального впливу. Майже всі ключові інформанти зазначили, що відсутність сильної команди є одним з обмежень, яке часто заважає соціальним підприємцям реалізувати ідею та створити конкурентоспроможний продукт чи послугу. Також відзначалося, що українські стартапери здебільшого занадто захоплюються власне ідеєю та нехтують навичками її просування на ринку: вони йдуть у програму «на ейфорії та ентузіазмі», але цього недостатньо, щоб втілити бізнес-проект. Разом з тим, наявність бізнес-досвіду є цінним, але не вирішальним критерієм, на відміну від розуміння проблем та вміння їх вирішувати.

Тривалість програм, які пропонують українські інкубатори/акселератори, – переважно від двох до шести місяців (1-3 місяці інтенсивного навчання та 1-3 місяці підтримки). У той же час, існують

²⁰ URL: <https://ucucfe.lvbs.com.ua/>.

²¹ URL: <http://www.polyteco.com/ua>.

²² URL: <https://scp.knu.ua/ua/pro-korporatsiiu>.

Потреби інкубаторів/ акселераторів та прогалини у наданні послуг

інкубаційні експрес-програми, які впроваджуються в рамках донорських проектів і тривають 1-2 дні. Результатом таких програм є бізнес-план, який, скоріше, є заявкою на отримання стартового фінансування у вигляді гранту. Інкубатори/акселератори намагаються відстежувати та аналізувати розвиток бізнесу їхніх «випускників» та зацікавлені у вимірюванні соціального впливу.

Інкубатори/акселератори часто скаржаться на відсутність інструментів оцінки фінансового та соціального впливу. Більшість інкубаторів/акселераторів використовують індикатори для відстеження прогресу діяльності, соціального впливу та ефективності своїх підприємств-«випускників», наприклад кількість працевлаштованих, кількість вироблених товарів та послуг тощо, що не відображає повною мірою ефективність ведення соціального бізнесу. Інформанти вважають, що опанування інструментів та методів вимірювання фінансових результатів та соціального впливу має стати частиною навчальних програм для підприємців, адже вони можуть застосовувати результати проведених вимірів для залучення додаткових ресурсів та адвокації.

Важливою прогалиною є те, що інкубатори та акселератори недостатньо взаємодіють між собою. Не існує платформи для регулярного обміну досвідом та найкращими практиками. Налагоджена співпраця та обмін досвідом дозволять розвинути програми, які краще відповідатимуть очікуванням підприємців-початківців, пропонуватимуть якісніше навчання та підтримку. Інкубатори та акселератори є важливою частиною екосистеми соціального підприємництва в Україні. Від їх подальшого розвитку залежать якість та кількість соціальних підприємств в Україні.



УЧАСНИКИ ЕКОСИСТЕМИ: ДОНОРИ/ІНВЕСТОРИ

Стислий огляд інвестиційної галузі

Останнім часом Україна привертає все більшу увагу світових інвесторів, але її ринок досі є неефективним порівняно з іншими європейськими країнами. За даними Української асоціації венчурного та приватного капіталу (UVCA)²³, загальна сума венчурного капіталовкладення в українські компанії після падіння у 2016 році зросла у 2017 році втричі і досягла максимуму – 259 млн доларів США. На тлі останніх трьох років, коли середня кількість угод не перевищувала чотирьох, 2017 рік був винятковим для інвестицій приватного капіталу: вартість таких угод в Україні становила 126,7 млн доларів США, а кількість угод сягнула 14. Найбільша частка інвестицій припала на ІТ-сферу: програмне забезпечення та онлайн-сервіси. Краудфандингові платформи та грантові програми зросли за популярністю серед українських стартапів. У 2017 р. у сфері технологій та інтернет-сектору було залучено понад 2,1 млн доларів США. 429 тис. доларів США було залучено через основні грантові програми: Vernadsky Challenge (4 гранти) та Горизонт 2020 (Horizon 2020) (6 грантів).

Проте індустрія соціального інвестування, яка зростає у світі, все ще не досягла українського ринку. «Щорічний огляд соціальних інвестицій 2018 р.»²⁴, проведений Global Impact Investing Network (GIIN), наводить дані про 229 організацій, які спільно управляють інвестиційними активами в розмірі 228 млрд доларів США та постійно їх збільшують (щорічний темп приросту може досягати 13%). Активи соціальних інвестицій частково зростають, поширюючись на нові регіони, сектори та класи активів. Більше ніж половина від загальної кількості активів, які перебувають під управлінням, виділяються на ринки, що розвиваються (56%), але Україна залишається поза увагою соціальних інвесторів. Україна наразі не має високоякісних інвестиційних пропозицій, достатньої кількості професіоналів з відповідними навичками та системи оцінки впливу, а уряд не демонструє суттєвої підтримки ринку.

Фінансова підтримка соціального підприємництва в Україні

В Україні фінансову підтримку на розвиток соціального підприємства надають насамперед міжнародні донорські організації шляхом впровадження проектів технічної допомоги. Серед донорів, які упродовж останнього десятиріччя надали істотну підтримку розвитку соціального підприємництва в Україні, є USAID, Програма Розвитку ООН (ПРООН), уряди Німеччини та Великої Британії тощо. В такий спосіб вони спрямовують свої ресурси на подолання соціально-економічних викликів та розвиток потенціалу на індивідуальному, інституційному рівнях і на рівні країни загалом. Їхні програми включають здебільшого навчання для осіб, охочих створити соціальне підприємство, підготовку тренерів та менторів для надання подальшої підтримки, розробку та друк інформаційних матеріалів, заходи з популяризації ідеї соціального підприємництва, а також надання

Міжнародні донорські організації

²³ Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2017. URL: <https://www.slideshare.net/UVCA/ukrainian-venture-capital-and-private-equity-overview-2017-97295516>.

²⁴ URL: <https://thegiin.org/research/publication/annualsurvey2018>.

стартового фінансування (seed funding) або доступу до пільгового кредиту. Обсяг стартового фінансування у формі безповоротної фінансової допомоги зазвичай становить від 500 до 10 000 доларів США; розмір кредиту – від 10 000 до 100 000 доларів США на максимальний строк три роки.

З огляду на поточну політико-економічну ситуацію в країні та нові соціальні виклики, пов'язані з воєнним конфліктом на Сході країни, більшість донорських ресурсів спрямовані на розвиток соціального підприємництва та створення нових робочих місць для ВПО, особливо для жінок, постраждалих від конфлікту, та ветеранів АТО. Прикладами таких програм є:

- *Міжнародна організація з міграції (МОМ)* за фінансової підтримки Уряду Федеративної Республіки Німеччина, що діє через Німецький банк розвитку KfW, надає гранти у негрошовій формі на суму від 650 до 5 000 євро на самозайнятість та мікропідприємництво вимушеним переселенцям та членам приймаючих громад, щоб розпочати новий або розширити наявний бізнес²⁵.
- *Український жіночий фонд* у рамках проекту USAID «Економічні можливості» надавав гранти особам, постраждалим від конфлікту, на суму до 1 500 доларів США для створення/перенесення/розширення малого бізнесу протягом 2016–2018 рр.²⁶.
- *Міжнародний фонд «Відродження»* в рамках проекту «Новий відлік», спрямованого на підтримку започаткування, розвиток або відновлення підприємницької діяльності для внутрішньо переміщених осіб, учасників АТО та членів їхніх родин, надавав гранти на суму від 500 до 3 500 доларів США протягом 2015–2017 рр.
- *Фонд Східна Європа* у 2010–2013 рр. у рамках проекту «Сприяння соціальному підприємництву» надавав гранти на суму від 7 000 до 15 000 доларів США на розвиток соціальних підприємств на базі неурядових організацій. Нині в рамках проекту «Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення питань суспільного розвитку», який реалізується спільно з ChildFund, здійснюються програмні заходи, спрямовані на навчання, обмін досвідом та популяризацію ідеї соціального підприємництва²⁷.
- *Програма Розвитку ООН* протягом 2014–2016 рр. у рамках проекту «Швидке реагування на соціальні та економічні проблеми внутрішньо переміщених осіб в Україні» надавала гранти стартапам у розмірі від 2 000 до 8 500 доларів США на розвиток самозайнятості й малого підприємництва серед ВПО²⁸.

Венчурні філантропи та соціальні інвестори

Сфера венчурної філантропії та соціального інвестування в Україні загалом недостатньо розвинена. Існує лише декілька організацій, які займаються цим системно, зокрема:

- *Omidyar Network* – інвестиційна філантропічна компанія, діяльність якої спрямована на створення можливостей для людей використовувати потенціал ринку для поліпшення умов свого життя. Компанію створили у 2004 році засновник eBay П'єр Омідьяр і його дружина Пем. Організація інвестує та підтримує зростання інноваційних організацій для каталізації економічних

²⁵ URL: <http://www.iom.org.ua/ua/mom-nabyraye-uchasnykiv-novogo-proektu-zi-zmichennya-ekonomichnogo-potencialu-shcho-finansuyetsya>.

²⁶ URL: https://www.uwf.org.ua/grant_program/about.

²⁷ URL: <http://eef.org.ua/programi/mistsevij-ekonomichnij-rozvitok/rozvitok-sotsialnogo-pidpriemnitstva/>.

²⁸ URL: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/projects.html>.

і соціальних змін. Omidyar Network інвестувала понад 1 мільярд доларів США в комерційні компанії та некомерційні організації у різних сферах діяльності, включаючи освіту, новітні технології, управління фінансами, комунікації між державними структурами та суспільством, а також у сферу права власності. В Україні Omidyar Network присутня з 2013 року. Компанія інвестує як у комерційну діяльність, так і в некомерційні організації, чиї додаткові функції можуть просувати цілі сектори. В Україні Omidyar Network фінансує ініціативи, спрямовані на посилення врядування та залучення громадян, зосереджуючи увагу на «громадянських технологіях» (civic tech), «відкритих даних» (open data), штучному інтелекті (AI), незалежних медіа (independent media) та регіональних пріоритетах для Центральної та Східної Європи²⁹.

- *Western NIS Enterprise Fund (WNISEF)* – перший в Україні та Молдові регіональний фонд прямих інвестицій з капіталом 150 млн доларів США. Фонд має понад 20 років досвіду успішного інвестування у підприємства малого та середнього бізнесу. Загалом Фонд інвестував 172 млн доларів США у 127 компаній із приблизно 25 тисячами працівників та зробив можливим залучення 1,5 млрд доларів США в компанії України та Молдови. З 2015 року Фонд реалізує програму технічної допомоги в Україні та Молдові на загальну суму 35 млн доларів США, основними елементами якої є сприяння експорту, місцевий економічний розвиток, соціальне інвестування та економічне лідерство. Програма соціального інвестування спрямована на забезпечення підтримки приватних підприємств та фізичних осіб – підприємців з метою досягнення соціального та екологічного впливу в Україні через створення механізму доступного кредитування спільно з банківськими установами, надання тренінгових та консультаційних послуг, коучингу і наставництва. Програма надає можливість підприємцям та бізнесу вирішувати соціальні та екологічні проблеми через фінансові інвестиції та надійні практики ведення бізнесу, такі як надання кредитів під низький відсоток для сталих соціальних підприємств, консультування та підтримка в процесі розробки та впровадження бізнес-планів. Соціальне підприємство отримує кредит у розмірі від 10 000 до 100 000 дол. США (в гривневому еквіваленті) терміном на 36 місяців із відсотковою ставкою від 5 до 10%. Соціальні позики надаються невеликим підприємствам та фізичним особам – підприємцям, які забезпечують реалізацію соціальних проєктів та ініціатив або вирішують певні соціальні проблеми груп ризику. Перевага надається проєктам, спрямованим на громадян України, які постраждали від конфлікту на Сході, включаючи вимушених переселенців із південного та східного регіонів, людей з інвалідністю, жінок з низьким рівнем доходу та членів інших соціально незахищених груп³⁰.

Фінансування та підтримку соціальним підприємствам також надають благодійні фонди, (наприклад, Благодійний фонд родини Нечитайло, Благодійний фонд «Помогатор», Фонд Олени Пінчук та інші) та приватні особи, які мають особисті контакти з підприємцями або дуже захопились окремою ідеєю.

Державна підтримка

Останнім часом в Україні стала доступною державна підтримка соціального підприємництва. Яскравим прикладом є «Український донецький куркуль» – обласна програма підтримки малого та

²⁹ URL: <https://www.omidyar.com/>.

³⁰ URL: <http://wnisef.org/uk/impact-investing/>.

середнього бізнесу, яку було запроваджено Донецькою обласною державною адміністрацією у 2017 році. Вона дала шанс підприємцям Донеччини розвинути свій бізнес, створити нові ринкові ніші:

підприємці отримували гранти до 500 тисяч грн на свої проекти. Сьогодні в ході реалізації одного проекту створюється в середньому чотири робочі місця. Всього протягом 2017 року:

- реалізовано 136 проектів на загальну суму 31,9 млн грн;
- 25% проектів реалізували учасники АТО та переселенці;
- 50% фінансування надавалось з обласного бюджету і 50% – з місцевого бюджету.

На 2018 рік заплановано фінансування в обсязі 340 млн грн, включаючи 140 млн грн з обласного бюджету та 200 млн грн – з бюджету Державної служби зайнятості. Місцеві бюджети муситимуть надавати свою частку фінансування в розмірі 30% від загальної суми гранту³¹.

Краудсорсинг ■ Ще один феномен соціальних інвестицій в Україні – це краудфандингові платформи, як українські (наприклад, Спільнокошт на платформі «Велика Ідея», Українська біржа благодійності), так і іноземні (Kickstarter, GlobalGiving, Firstgiving). Багато цікавих проектів було підтримано через інфраструктуру філантропії, запущеної такими платформами, коли людина робить маленькі внески і тим самим фактично стає безповоротним інвестором (наприклад, проект SolarGaps, підтриманий через Kickstarter, та безліч інших українських стартапів у сфері освіти, туризму, охорони навколишнього середовища, таких як ZELENEW, WOWkids, EdEra books, Мобільна техностудія, WordArt тощо, підтриманих через Спільнокошт). Однак на таких платформах фактично немає механізмів відстеження підтриманих проектів.

Цікавим прикладом краудінвестування є громадський ресторан Urban Space 100 в м. Івано-Франківську, створений сотнею індивідуальних інвесторів, кожен з яких зробив внесок у розмірі 1 000 доларів США і став співвласником ресторану. Urban Space 100 було відкрито 27 грудня 2014 року. Ресторан працює та генерує прибуток, 80% якого йде на реалізацію громадських ініціатив та проектів. Рішення про те, які проекти підтримати, приймають засновники ресторану. Ідея створення ресторану належить платформі «Тепле місто», яка здійснювала пошук засновників та запуск ресторану. Сьогодні «Тепле місто» працює над програмою Urban Space Global, що передбачає відкриття аналогічних ресторанів в інших містах на умовах соціальної франшизи. Першим таким рестораном стане Urban Space 500 в Києві, відкриття якого заплановано на осінь 2018 року.

**Мотивація
інвесторів/донорів
надавати фінансову
підтримку
соціальним
підприємствам**

Сьогодні спостерігається підвищення інтересу з боку інвесторів та донорів до підтримки соціального бізнесу. Соціальні інвестори здебільшого вірять, що всі люди можуть покращити своє життя, якщо надати їм для цього можливості, і тому спрямовують зусилля саме на створення таких можливостей. Основні мотиви більшості організацій, що надають фінансування, – забезпечити більшу самостійність організацій та сталість програм. За словами донорів, їм подобаються організації, яким *«не потрібні гроші на одну добру справу, а потрібна інвестиція, яка з часом допоможе зробити багато добрих справ»*.

Деякі донори/інвестори надають фінансування тільки чітко визначеним цільовим групам, наприклад ВПО чи ветеранам АТО.

³¹ URL: <http://dn.gov.ua/category/potochna-diynalnist/ukrayinskyj-donetskyj-kurkul/>.

Деякі, навпаки, кажуть, що основна мета – не робити жодних дискримінацій (навіть позитивних) – ні за географічними критеріями, ні за сферами, ні за групами населення, ні за будь-якими іншими критеріями. Для організацій, що надають фінансування, сфера діяльності здебільшого не має значення, хоча перевага надається креативним та інноваційним бізнесам. Серед інвесторів/донорів є такі, які зацікавлені та цілеспрямовано підтримують технологічні рішення в чітко визначеній сфері. За словами інших, вони не працюють над вирішенням конкретних проблем, а працюють з підприємцями, дії яких спрямовані на вирішення соціальних або екологічних проблем.

Для організацій, що надають фінансування, дуже важливими є стійкість соціального підприємства та його потенціал до масштабування. Навіть якщо фінансування надається неприбутковій організації, все одно наявність стратегії сталості є однією з умов для його отримання. За словами інвесторів, навіть грантові кошти мають привести до створення прибуткового бізнесу. В іншому випадку це не соціальне підприємство, а неприбуткова організація. На думку всіх інформантів, професійна, злагоджена та ефективна команда є одним із найважливіших критеріїв отримання фінансування.

Традиційні донори загалом обирають бізнес-проекти через оголошення відкритих конкурсів. Інвестори часто самі шукають потенційні бізнес-проекти або пропонують можливість отримати фінансування без прив'язки до конкурсу. І донори, і інвестори, крім фінансування, надають технічну підтримку в тому чи іншому вигляді: навчання, менторська підтримка, так звана «базова підтримка» для посилення спроможності організації чи компанії без прив'язки до бізнес-проекту. Основний мотив для соціальних інвесторів – більш раціональний підхід до розв'язання соціальних проблем, посилення впливу за менші кошти.

Перешкоди для надання фінансування з точки зору донорів/інвесторів

За словами донорів та інвесторів, у сфері фінансування найбільш проблемними є правова система, законодавчі аспекти та питання права власності.

Через непрозорість та корумпованість не захищені ні інвестори, ні підприємства. Часто підприємці змушені відмовитися від ідеї бізнес-проекту через обмеження юридичної форми реєстрації та обтяжливий бухгалтерський облік. Інвестиційні скандали не додають привабливості країні. Деякі представники української діаспори проявляють інтерес до соціальних інвестицій в Україну, проте не інвестують через наявні ризики та недовіру до системи.

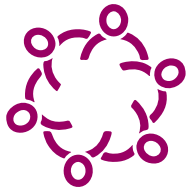
Суттєвою перешкодою є низька спроможність українських соціальних організацій та підприємств. Донори/інвестори підкреслюють, що підприємці часто забувають, що вони насамперед займаються бізнесом (хоч і соціальним), не розуміють бізнес-підходів, не мають розвинених «м'яких навичок» (soft skills), часто не є достатньо фінансово грамотними, надають перевагу грантовим коштам, дуже часто є керованими донорами (donor driven) і не мають системи вимірювання результатів та соціального впливу. Інвесторів цікавлять беззбитковість і потенціал зростання соціальних проектів, тому для них важливим є вміння підприємців перетворювати профінансовані проекти на прибуткові бізнес-моделі. Вони хочуть вкладати кошти в потужні підприємства з сильними командами, які можуть реалізувати свої бізнес-ідеї.

Зацікавленість донорів/інвесторів у використанні посередницьких послуг

Низку питань під час інтерв'ю (див. **Додаток 1**) було присвячено визначенню того, наскільки організації, що надають фінансування, зацікавлені у використанні посередницьких послуг – програм інкубації/акселерації, онлайн-ресурсів або інших форматів. З'ясувалося, що деякі донори безпосередньо фінансують створення бізнес-інкубаторів/акселераторів, наприклад, надаючи гранти на придбання обладнання або інвестуючи у створення бізнес-акселератора з розрахунком на те, що він стане прибутковим і сталим. У той же час, деякі донори та інвестори скептично ставляться до якості інкубаційних та акселераційних програм, які доступні в Україні, та посередницьких послуг загалом. На думку інформантів, ринок соціальних інвестицій розвиватиметься, якщо на ньому буде представлено конкурентоспроможні пропозиції. Вони вважають, що головна функція посередників – сприяти підвищенню кваліфікації підприємців і тим самим готувати їх до інвестицій. Посередницькі послуги, спрямовані на розвиток навичок соціальних підприємців, можуть частково оплачуватися підприємцями, а частково – інвесторами.

Оцінка соціального впливу

Доцільність вимірювання соціального впливу не знайшла одностайної підтримки серед інформантів. Організації, що надають фінансування, насамперед відстежують узгоджені проектні індикатори, і не всі з них готові оплачувати дослідження з застосуванням досить витратних методологій, як, наприклад, SROI.



ВЗАЄМОДІЯ В ЕКОСИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ПРОГАЛИНИ, ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

Екосистема соціального підприємництва ще не повністю сформована. Загалом екосистема соціального підприємництва включає підприємців, бізнес-асоціації та корпорації, донорів, фонди, соціальних інвесторів, інкубатори, акселератори, вищі навчальні заклади, організації, що надають посередницькі та дослідницькі послуги, органи влади, медіа та громаду. В Україні основними учасниками екосистеми все ще залишаються лише соціальні підприємства, організації, що надають фінансування, інкубатори та акселератори.

Оскільки екосистема соціального підприємництва в Україні тільки починає розвиватися, наразі важко оцінити, наскільки ефективно вона функціонує. За оцінками основних учасників екосистеми, взаємодія між гравцями відбувається переважно «в ручному режимі» через особисті контакти. Соціальні підприємства досі не включені в мережу традиційних компаній та корпорацій і часто не можуть претендувати на отримання контракту на певні роботи через свою низьку спроможність.

Взаємодія між учасниками екосистеми та громадянами

Основна прогалина в екосистемі – це відсутність системної взаємодії та комунікації між гравцями. Екосистема соціального підприємництва в Україні все ще залишається інкогніто: не всі учасники залучені до екосистеми, а ті, що включені, погано знають один одного, і відповідно, не можуть вибудувати ефективну взаємодію. У соціальних підприємців є потреба в пошуку нових інвесторів, а у інвесторів – в ознайомленні з конкретними проектами та розумінні бізнес-моделі. Учасники дослідження вважають, що необхідно проводити просвітницьку роботу серед потенційних соціальних підприємців щодо можливих шляхів отримання фінансування, відмінності між грантами та інвестиціями, пояснення суті безповоротних та поворотних інвестицій, основ кредитування тощо. Очевидною є необхідність у регулярних особистих зустрічах усіх учасників екосистеми на тематичних конференціях і заходах, сесіях-знайомствах з реальними успішними історіями соціального підприємництва, майданчиках живого спілкування соціальних підприємців між собою та з інвесторами.

На думку деяких ключових інформантів, у таких зустрічах була б цікавою участь:

- зарубіжних соціальних підприємців для розуміння того, як вони працюють, залучають фінансування та отримують прибуток;
- іноземних соціальних інвесторів, що сприятиме залученню міжнародних інвестицій в Україну;
- традиційних медіа.

Іншими важливими елементами побудови комунікації, на думку ключових інформантів, можуть бути:

- соціальні ролики, адже соціальні медіа та мережування сприяють популяризації сфери соціального підприємництва;
- просвітницька робота серед населення щодо роз'яснення суті соціального підприємництва, формування довіри до екосистеми;

- вивчення та поширення інформації про успішні соціальні бізнес-проекти, що сприятиме мобілізації спільноти соціальних підприємців та залученню нових інвестицій.

Створення платформи для ефективної систематичної взаємодії та комунікації, за словами учасників екосистеми, збільшить довіру між гравцями та сприятиме розвитку, але ця діяльність має відбуватися не інтуїтивно, а цілеспрямовано та системно.

Деякі соціальні підприємці вважають, що цікаво було б розробити інтерактивний онлайн-ресурс, на якому буде представлено всіх учасників екосистеми. Такий онлайн-ресурс стирає кордони невідомого, дає змогу шукати інформацію та потенційних партнерів, стає корисною відправною точкою для обміну ідеями, знаннями та успішним досвідом.

В Україні існує інформаційний онлайн-ресурс³², створений за грантової підтримки низки донорів. Найближчим часом портал буде доопрацьовано в рамках проекту «Соціальне підприємництво: досягнення соціальних змін за ініціативою «знизу», що реалізується Українським фондом благодійників (УФБ) за фінансової підтримки Європейського Союзу. УФБ також візьме на себе адміністрування ресурсу в рамках цього проекту.

Усі інформанти наголосили на потребі в живому та неформальному спілкуванні, зустрічах для побудови соціальних зв'язків. Разом з тим, донори та інвестори вважають, що онлайн-ресурс не завжди сприяє побудові довіри і тому не гарантує розвитку взаємодії між учасниками екосистеми.

Вимірювання соціального впливу

Ще однією прогалиною є недооцінення необхідності систематичного моніторингу та оцінки, зокрема вимірювання соціального ефекту. Здебільшого документується соціальний вплив на рівні окремих випадків, а не загальний вплив соціальних підприємств на рівні країни. Соціальні підприємства, які отримали гранти, звітують донорам за визначеними індикаторами без реального вимірювання впливу на суспільство загалом. На рівні підприємств фіксуються лише кількість осіб, які отримали допомогу, та фінансові результати діяльності. В екосистемі немає єдиного прийнятного інструменту для оцінки ефективності підприємства в аспекті економічної та соціальної вигоди.

На думку деяких інвесторів, багато хто не вірить у бізнес, який буде соціальним. І чим швидше вони отримають інструментарій для вимірювання і розуміння цього, тим буде краще. Для соціальних підприємств це досить цікаво з огляду на можливість встановлення контактів з потенційними інвесторами. Для донорів та інвесторів це цікаво для розуміння того, яке саме підприємство є більш ефективним.

³² URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/>.



ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Визначення соціального підприємництва в Україні

Тема соціального підприємництва в Україні набуває все більшого поширення. Незважаючи на динамічний розвиток соціальних підприємств, які вирішують питання безробіття, соціального захисту та соціального залучення, ще й досі немає єдиного чіткого визначення соціального підприємництва. Доцільно було б використовувати визначення, прийняте Європейським Союзом, згідно з яким соціальні підприємства поєднують соціальні цілі з підприємницьким духом. Такі організації зосереджуються на досягненні більш широких соціальних, екологічних чи громадських цілей. Їхня основна мета – це збільшення соціального впливу, а не лише отримання прибутку власниками та акціонерами. Такі підприємства часто працевлаштовують представників соціально незахищених верств населення, сприяючи таким чином їх включеності, працевлаштуванню, суспільній єдності та зменшенню нерівності. Соціальні підприємства функціонують шляхом виробництва товарів та послуг і використовують свої прибутки насамперед для досягнення соціальних цілей. Іншими словами, соціальне підприємництво незалежно від юридичної форми належить до бізнесу, основним завданням якого є позитивний соціальний чи громадський вплив³³.

Більшість суб'єктів соціальної економіки в Україні – це громадські організації, які знають і задовольняють потреби спільноти, в якій вони функціонують. Вони вирішують проблеми всієї громади, а не лише вразливих груп населення, для яких вони створюються. На місцевому рівні органи державної влади та громадяни користуються перевагами інноваційних підходів, які соціальні підприємства застосовують для закриття прогалин, котрі не можна закрити інакше. Соціальні підприємства зосереджують свою увагу на досягненні більш широких соціальних, екологічних або громадських цілей, а не на максимізації прибутку. Через це їхні потреби у фінансуванні відрізняються від традиційного бізнесу.

Характеристика фінансових установ

Ринок соціального інвестування в Україні розвивається стихійно, а традиційні інвестори не готові вкладати кошти в соціальні підприємства. Як наслідок, основним джерелом фінансування соціальних підприємств, особливо на етапі їх створення, виступають донори.

Донорські ресурси є дуже важливими для підтримки підприємств на стадії стартапу, просування ідеї соціального підприємництва, швидкого реагування на соціальні виклики, пов'язані з потребами у працевлаштуванні та наданні послуг вразливим категоріям населення. Гранти дають можливість створити соціальне підприємство, отримати стартовий капітал та сформувати у команди базові навички ведення бізнесу. Разом з тим, наявність донорських ресурсів та їхня доступність приводять до того, що підтримані соціальні підприємства нехтують необхідністю забезпечення своєї стійкості, протиставляють себе бізнес-спільноті, не виходять на рівень самоокупності та припиняють свою діяльність після закінчення гранту.

³³ URL: http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en.

Сфера соціального інвестування в Україні загалом недостатньо розвинена. Не існує мережі інвестиційних фондів, які б займалися цим системно, є індивідуальні соціальні інвестори, але інвестування відбувається хаотично. Міжнародні інвестори не зацікавлені приїжджати в Україну, тому що не бачать сильних команд і привабливих бізнес-пропозицій, спроможних до конкуренції на міжнародних ринках. До того ж, в українському законодавстві досі залишаються неврегульованими деякі питання права власності та слабка судова система, через що інвестори не можуть захистити свої законні права в українських судах.

Соціальне інвестування, як і кредитування, вимагає від підприємців відповідності певним критеріям, а тому далеко не всі соціальні підприємці можуть розраховувати на такий тип фінансування. Основною проблемою соціальних підприємців є їхні недостатні знання з основ бізнесу, маркетингу, менеджменту, бухгалтерського обліку тощо, а також протиставлення соціального підприємництва бізнес-спільноті. На думку соціальних інвесторів, соціальне підприємство має бути успішним, стійким та конкурентоспроможним на ринку соціальних інвестицій, що дає йому можливість функціонувати і розвиватися. Інвесторів цікавлять беззбитковість та потенціал зростання соціальних проектів, тому важливим для них є вміння підприємців перетворювати профінансовані проекти на прибуткові бізнес-моделі. Вони хочуть вкладати кошти в потужні підприємства з сильними командами, які можуть реалізувати свої бізнес-ідеї.

Для розвитку екосистеми соціального інвестування ефективним може бути впровадження гібридного фінансування, тобто поєднання грантів та інвестицій у рамках реалізації одного проекту.

З огляду на все вищезазначене, ключові інформанти поділяють думку про те, що необхідно визначати жорсткіші умови та критерії відбору організацій для отримання грантової допомоги від донорів та фондів, у тому числі вимоги щодо виходу підприємства на самоокупність у термін, встановлений бізнес-проектом, та підтримувати тих підприємців, які будуть успішними та ефективними менеджерами у своєму середовищі.

Ефективне використання наявних ресурсів

Необхідно налагодити взаємодію з бізнесом, який може здійснювати ефективне менторство, спрямоване на розвиток бізнес-моделі.

В Україні неефективно використовується ресурс вищих навчальних закладів як потенційних інкубаторів соціальних підприємств. Передовий світовий досвід демонструє активну залученість студентської молоді до розробки інноваційних рішень у відповідь на соціальні виклики. Розробка та впровадження навчальних програм з соціального підприємництва у вищих навчальних закладах сприятиме розвитку підприємницьких навичок та соціальної відповідальності у молоді.

Популяризація соціального підприємництва

Контекст недовіри формує викривлене ставлення до соціального підприємництва в суспільстві: одні оцінюють його як просто благодійність, інші – як піар, самозбагачення, а ще дехто вважає, що якщо щось безкоштовне/маловартісне, то воно неякісне. Популяризація соціального підприємництва сприятиме подоланню патерналістського сприйняття соціальних проблем у суспільстві, активізації й залученню громадян та бізнесів до їх вирішення, більш активній взаємодії в трикутнику «держава – громадянське суспільство – бізнес», формуванню бізнесу «із сенсом».

Оскільки феномен соціального підприємництва ще тільки починає набувати популярності, то очевидно, що екосистема досі не є цілком сформованою, а її учасники недостатньо знають один одного і, відповідно, не можуть побудувати взаємодію один з одним. Прискорити формування дієвої екосистеми може платформа, покликана забезпечити регулярне інтерактивне особистісне спілкування та мережування, безперервне навчання за принципом «рівний–рівному», обмін досвідом, зустрічі організацій, що надають фінансування, з соціальними підприємствами. До такої платформи необхідно залучати не лише гравців екосистеми соціального підприємництва, а й представників бізнес-спільноти, успішні стартапи, представників влади та медіа. Участь у таких регулярних зустрічах партнерів з інших країн сприятиме розумінню особливостей функціонування іноземних екосистем та залученню зовнішніх інвестицій в Україну.

Така платформа може не лише виступати засобом ефективного мережування, а й забезпечувати систематичний моніторинг та оцінку екосистеми, а також оцінку успішності соціальних підприємств за критеріями ведення конкурентоспроможного бізнесу і виконання соціальної складової. Найбільш вдалий інструмент для проведення такої оцінки – оцінка за методом окупності соціальних інвестицій. Оцінка соціального ефекту та вимірювання окупності соціальних проектів можуть стати додатковими мотиваторами розвитку екосистеми соціального підприємництва і залучення нових гравців як з боку донорської спільноти, так і з боку інвесторів.

ДОДАТОК 1

ГАЙДИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ГЛИБИННИХ ІНТЕРВ'Ю

1. Соціальні підприємці

- a. На вирішення яких соціальних проблем спрямована діяльність Вашого соціального підприємства? У чому полягає діяльність Вашого підприємства, які товари чи послуги Ви виробляєте? Коли і чому Ви вирішили створити соціальне підприємство? Якими були Ваші перші кроки? Які виникали проблеми? Чи проходили Ви якісь навчання? Якщо так, розкажіть нам про це детальніше: хто проводив, як довго воно тривало, що було найбільш корисним? Де Ви отримали початкове фінансування (грант, кредит, інвестиції)? Як Ви знайшли цих донорів/інвесторів? Коли Ви почали отримувати прибуток?
- b. Для тих, хто отримує гранти: Для свого соціального підприємства Ви отримали один чи декілька грантів? Чи надавалися гранти на конкурсній основі? На що спрямовані гранти (наприклад, навчання, обладнання, зарплати тощо)? Наскільки гнучким був донор? Чи є/були якісь обмеження? Чи готові Ви взяти кредит або отримати інвестиції? Чому так або чому ні? Чи знаєте Ви, де шукати грантові пропозиції, позику або інвестиції? Яка нефінансова підтримка допоможе Вам отримати кошти? Чи готові Ви платити за цю підтримку?
- c. Для тих, хто отримує інвестиції: Чому Ви вирішили взяти інвестиції? Чи можете Ви описати процес, як Ви отримували ці кошти та з якими викликами Ви стикнулися (де Ви знайшли інвестиції або інформацію, як їх отримати)? Яким був процес підготовки? На яких умовах Ви отримали інвестиції? Чи отримуєте Ви нефінансову підтримку від інвестора, щоб управляти своїм бізнесом та розвивати його? Чи знаєте, чому інвестор був зацікавлений в інвестуванні саме Вашого підприємства? Який потенціал у Вас був для отримання інвестицій? Чого Вам бракувало, щоб отримати інвестиції?
- d. Чи маєте Ви стратегію розвитку Вашого соціального підприємства? Якщо ні, то чому? Чи передбачає Ваша стратегія розширення на нові ринки/сектори? Які ресурси у Вас є для реалізації стратегії розширення/зростання? Які перешкоди Ви бачите для зростання Вашого підприємства? Що потрібно, щоб подолати їх?
- e. Чи знаєте Ви інших соціальних підприємців? Чи спілкуєтесь Ви з ними? Як побудована взаємодія з ними? Чи є Ви частиною якоїсь мережі? Як Ви вважаєте, чи існує потреба в мережах та підтримці однодумців? Як би Ви могли використати участь у мережі для розвитку свого підприємства? Що мотивує інших людей у соціальному секторі займатися соціальним підприємництвом? Яка підтримка їм необхідна? На Ваш погляд, соціальні підприємства більш відкриті до гранту чи до інвестицій? Чому? Які інструменти/стратегії Ви використовуєте для пошуку фінансових коштів?
- f. На Вашу думку, чи є Україна привабливою для залучення соціальних інвесторів? Чому так або чому ні? Які сфери є найбільш привабливими? Чи користувалися б Ви послугами посередника, який міг би з'єднати Вас з інвесторами?
- g. Чи будуть соціальні підприємці зацікавлені мати доступ до інтерактивного реєстру донорів/інвесторів з функцією пошуку за різними параметрами на платній основі? Чому? Які інші ресурси Вам могли б бути цікавими?
- h. Чи вимірюєте Ви соціальний вплив? Які інструменти та методики Ви використовуєте? Чи зацікавлені Ви у вимірюванні соціального впливу?

2. Інкубатори/акселератори

- a. Як давно працює Ваш інкубатор/акселератор? Які послуги Ви надаєте учасникам своїх програм? Що включають Ваші програми та скільки вони тривають? Чи надаєте Ви фінансування стартапам?
- b. З яких джерел Ви отримуєте фінансування для своєї діяльності та своїх програм? Як Ви знаходите донорів/інвесторів для підтримки діяльності Вашого інкубатора/акселератора? Якими є їхні стимули? На яких умовах Ви отримуєте фінансування? Чи є якісь перешкоди в отриманні Вами фінансування (наприклад, законодавчі, структурні, фінансові, культурні тощо)? Чи впливають донори/інвестори на Ваше рішення щодо сфер, у яких Ви підтримуєте стартап?
- c. Як Ви обираєте учасників програм? Які умови відбору учасників? Чи повинні учасники мати певні активи (навички, освіту, кваліфікацію), щоб стати учасником Ваших програм? З Вашого досвіду, які сильні та слабкі сторони учасників Ваших програм?
- d. З якими труднощами і перешкодами Ви стикаєтесь у процесі своєї діяльності (законодавчими, структурними, фінансовими, культурними)?
- e. Чи вимірюєте Ви соціальний вплив стартапів, які Ви підтримуєте? Які інструменти та методики Ви використовуєте? Чи зацікавлені Ви у вимірюванні соціального впливу Ваших програм? Чи готові Ви за це платити?

3. Донори/інвестори

- a. Як давно Ви фінансуєте соціальні підприємства? У яких сферах (на яких ринках) Ви фінансуєте підприємства? Які фактори впливають на Ваше рішення щодо обрання того чи іншого ринку? Ви надаєте гранти (ви є представником донорської організації чи венчурної філантропії) чи соціальні інвестиції (фінансове повернення коштів)? Якщо ви використовуєте обидві опції, що впливає на Ваше рішення, які Ваші мотиви? Розкажіть історію якогось випадку, який Ви фінансували: Як Ви обирали отримувача коштів? Яким чином Ви приймали рішення щодо гранту чи інвестиції? Якщо це була інвестиція, чи була вона поворотною?
- b. Які інші сфери Ви вважаєте потенційно привабливими для інвестування? Чи розглядаєте Ви можливість фінансувати проекти в цих сферах? Які перешкоди Ви бачите для фінансування/інвестування (законодавчі, структурні, фінансові, культурні тощо)? Чи є сфери, в яких Ви чи інші хотіли б здійснити інвестування чи фінансування, проте не змогли? Що б могло сприяти тому, щоб Ви чи інші донори готові були зайти в ці сфери?
- c. Що Ви думаєте про потенційні спроможності українських соціальних (for-purpose organizations) організацій щодо отримання та управління інвестиціями/грантами? Чи використовуєте Ви певні критерії для оцінки таких спроможностей? З Вашого досвіду, які сильні та слабкі сторони соціальних організацій? Чи надаєте Ви/Ваша організація будь-яку нефінансову допомогу соціальними організаціям для посилення їхніх спроможностей у цьому контексті?
- d. Чи співпрацюєте Ви з місцевими інкубаторами/акселераторами? Чи надаєте Ви їм фінансування? Які умови надання фінансування?
- e. Чи користувались би Ви послугами посередника для встановлення контакту з соціальними організаціями (for-purpose organizations)? Чому? Чому ні? Які Ваші очікування від такого посередника? Яким міг би бути бажаний пакет послуг посередника?
- f. Чи були б донори зацікавлені використовувати інтерактивний ресурс, який забезпечує доступ до інформації про перспективні соціальні проекти та соціальні організації (for-purpose organizations) з пошуком за різними параметрами? Яку інформацію Ви б хотіли бачити на цьому порталі?
- g. Чи вимірювали Ви соціальний вплив Вашого гранту чи інвестиції? Чи відомо Вам про потенційний інтерес інших донорів/інвесторів до оцінки окупності соціальних інвестицій? Чи готові Ви платити за проведення оцінки? Чи доречно включити оцінку в навчальні програми для соціальних підприємців?

ДОДАТОК 2

ГАЙД ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ФОКУС-ГРУПИ

1. Соціальні підприємства

- Які можливості дає сфера соціального підприємництва в Україні?
- Які потенційні спроможності українських соціальних організацій у сфері розвитку бізнес-моделі?
- З Вашого досвіду, які сильні та слабкі сторони соціальних організацій?
- Які існують формальні та неформальні перешкоди для функціонування соціальних підприємств в Україні?
- Що мотивує людей у соціальному секторі займатися соціальним підприємництвом?
- На Ваш погляд, соціальні підприємства більш відкриті до гранту чи до інвестицій? Чому?
- Які існують перешкоди в отриманні коштів від інвесторів/донорів для соціальних підприємців?

2. Інкубатори/акселератори

- Які послуги інкубатори/акселератори надають учасникам своїх програм? Які компоненти і яка тривалість таких програм?
- Чи надають інкубатори/акселератори фінансування стартапам?
- Яким чином інкубатори/акселератори обирають учасників своїх програм? Які умови відбору? Чи повинні учасники мати певні активи (навички, освіту, кваліфікацію), щоб стати учасником?
- З Вашого досвіду, які сильні та слабкі сторони учасників програм з інкубації/акселерації?
- З яких джерел інкубатори/акселератори отримують фінансування? Чи є якісь перешкоди в наданні фінансування інкубаторам/акселераторам (наприклад, законодавчі, структурні, фінансові, культурні тощо)?

3. Донори та соціальні інвестори

- Які інвестори (традиційні донори, благодійні фонди, корпорації) підтримують розвиток соціальних підприємств/підприємницької діяльності в Україні? Якими є їхні мотиви?
- На Вашу думку, чи є Україна привабливою для соціальних інвесторів? Чому? Які сфери є більш привабливими?
- З якими труднощами стикаються донори/інвестори при фінансуванні соціальних підприємств?
- Які Ви бачите перешкоди для фінансування/інвестування (законодавчі, структурні, фінансові, культурні тощо)?
- Які кроки необхідно зробити, щоб зробити Україну більш привабливою для інвесторів?

4. Екосистема та потреби

- Яким чином соціальні підприємці та донори знаходять один одного? Чи існує взаємодія в екосистемі? Якщо так, то як Ви оцінюєте цю взаємодію?
- Чи є необхідність у створенні додаткової мережі для підтримки такої взаємодії або посередника для встановлення контакту між соціальними підприємствами та донорами/інвесторами?
- Які ще потреби соціальних підприємств, донорів, інвесторів, інкубаторів/акселераторів Ви бачите?
- Чи є потреба в експертній підтримці? Якщо так, то яка підтримка необхідна?
- Соціальні підприємства – це насамперед соціальна місія. Чи є сьогодні потреба у вимірюванні окупності соціальних інвестицій як з боку інвесторів, так і самих підприємців?

