

УДК 334.72

З. І. Кобеля,

к. е. н., доцент кафедри бізнесу та управління персоналом,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5135-4402>

Л. Д. Водянка,

к. е. н., доцент кафедри бізнесу та управління персоналом,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8153-2532>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.5-6.54

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Z. Kobelia,

PhD in Economics, Associate Professor, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

L. Vodianka,

PhD in Economics, Associate Professor, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INNOVATIVE MODEL OF ECONOMIC DEVELOPMENT

У статті запропоновано соціалізацію підприємництва для розв'язання проблем соціального споживання та розвитку підприємств на сільських територіях з метою досягнення ефективних умов господарювання.

Головними суб'єктами економічної соціалізації підприємництва є сільськогосподарські підприємства, розміщені переважно на сільських територіях. При організації підприємницького господарювання на селі відбувається забезпечення зайнятості місцевого населення й соціально-економічний розвиток території, формується соціальна відповідальність цих утворень. Тому в статті розглядається майбутнє бачення моделі розвитку та соціалізації підприємництва, в основі яких пріоритет реалізації політики селозбереження за активної участі підприємців.

Функціонально система взаємодії підприємств — мешканці села здатна сприяти: залученню жителів до інноваційного вирішення соціально-побутових та інфраструктурних проблем сільських територіальних громад, формуванню інклюзивного середовища життя й господарювання на селі.

Забезпечення високого рівня економічної результативності діяльності сільськогосподарських підприємств є вкрай важливим чинником економічного зростання, адже аграрна галузь є базовою для економіки України. Переважаючим мотивом діяльності сучасних сільськогосподарських підприємств є максимізація прибутку, в подальшому потрібно соціальний аспект їх діяльності із залишкового принципу перевести головний, стимулюючи це на державному та місцевому рівнях — в Україні важливим є регіональний аспект, що впливає на реалізацію соціальної відповідальності підприємців.

Формування селозберігаючої моделі господарювання на селі, в сільському господарстві України покладаємо на вмотивований механізм соціалізації підприємництва. Для цього в статті визначено можливість залучення коштів через впровадження та розвиток краудфандингової системи та зарубіжні практики фандрейзингу як інструменти стимулювання інвестицій у соціально-підприємницький процес.

Стратегічне значення соціального підприємництва — подолання депресивності сільських територій, механізм селозбереження в умовах зміни державної політики розвитку села. Розвиток соціального підприємництва може стати ефективним механізмом забезпечення сільського розвитку.

The article proposes to popularize the socialization of entrepreneurship in order to solve the problems of social consumption and increase welfare from the results of the development of enterprises in rural areas in order to achieve effective conditions and ways of forming competitive agricultural entrepreneurship.

The main subjects of the economic socialization of entrepreneurship are agricultural enterprises, the location and operation of which are mainly in rural areas. During the organization of entrepreneurial management in the village, employment of the local population and socio-economic development of the territory takes place, social responsibility of these entities is formed. Therefore, the article examines the future vision of the model of development and socialization of entrepreneurship, which is based on the priority of implementing the rural preservation policy with the active participation of entrepreneurs.

Functionally, the system of interaction between the entrepreneur and the residents of the village is able to contribute to: the involvement of residents in the innovative solution of social, household and infrastructural problems of rural territorial communities, the formation of an inclusive environment of life and management in the village.

Ensuring a high level of economic efficiency of agricultural enterprises is an extremely important factor of economic growth, because the agricultural sector is the basis for the economy of Ukraine. The prevailing motive for the activity of modern agricultural enterprises is profit maximization, in the future it is necessary to transfer the social aspect of their activity from the residual principle to the main one, stimulating it at the state and local levels — in Ukraine, the regional aspect is important, which affects the realization of the social responsibility of entrepreneurs.

The formation of a village-preserving model of management in the countryside, in the agriculture of Ukraine, relies on a motivated mechanism of socialization of entrepreneurship. For this purpose, the article identifies the possibility of attracting funds through the implementation and development of the crowdfunding system and foreign fundraising practices as tools for stimulating investments in the social-entrepreneurial process.

The strategic importance of social entrepreneurship is to overcome the depression of rural areas, the mechanism of rural preservation in the conditions of changes in the state policy of rural development. The development of social entrepreneurship can become an effective mechanism for ensuring rural development.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціалізація, селозберігаюча модель розвитку, краудфандинг, фандрейзинг.

Key words: social entrepreneurship, socialization, rural development model, crowdfunding, fundraising.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Теорія і практика розвитку підприємництва пройшла тривалий еволюційний шлях через усвідомлення людством необхідності пошуку шляхів найефективнішого задоволення потреб. Людство завжди прагнуло до якісних змін, тому трансформації господарювання, започатковані й здійснювані людиною, постійно сприяють виробленню економічних, юридичних, організаційних, соціальних характеристик підприємництва, усвідомленню його участі в економічному вирішенні соціальних проблем.

Про визнання соціальних основ господарювання, а значить розвитку підприємництва, згадано ще у трактатах античних філософів, опублікованих першоджерелах, класичних працях економістів та різних виданнях з історії економічної думки [3, 5, 6, 9]. Вважаємо, що ними, а також багатьма сучасниками підтверджена соціальна концепція пізнання підприємництва з трактуванням ознак його організаційно-економічної соціалізації [5, 6, 9]. Прагнучи реалізації механізмів збагачення, людство завжди шукало ефективні моделі господарювання — підприємницька ж здобула найширше науково-практичне значення. Перші систематизовані знання про підприємництво запропоновані засновниками класичної економічної науки. За

висновками різних енциклопедично-довідкових видань та інших публікацій [3, 5, 6, 9], підприємництво — соціально-економічний феномен, який як процес, явище та діяльність є незамінним чинником сприяння науково-технічного прогресу, формування економічного добробуту суспільства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У загальнотеоретичному утвердженні ідеології підприємництва, зокрема його соціально-економічної значимості, важливі вчення: А. Сміта; Д. Рікардо; Ж.-Б. Сея; Т. Мальтуса; Дж. Стюарта Мілля; представників маржиналізму; А. Маршалла; класичної теорії розміщення виробництва; Т. Веблена; М. Вебера; Й. Шумпетера, останній "обґрунтував фундаментальність впливу інновацій на досягнення конкурентоспроможності, ефективності підприємницької діяльності як економічного і соціального явища" [9]. Хоча про інноваційність підприємництва наголошувалося опосередковано ще до появи визнаного вчення Й. Шумпетера [9] — в ідеях Р. Кантільона, Дж. Тюнена, Ф. Найта — вони акцентували увагу на конкурентних засадах підприємництва, зокрема на здатності підприємця спрогнозувати ринкову

кон'юнктуру, оцінити переваги товару, що уособлює інноваційність.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Як уже зазначалося, інноваційний внесок в еволюцію теорії розвитку підприємництва, що отримав поширення як базовий у забезпеченні прогресу, зробив Й. Шумпетер [9] — підприємець за Й. Шумпетером [9] — це втілювач нових підприємницьких здібностей, якостей менеджменту та організації, які через системне залученням інновацій результують ефективність, конкурентоспроможність, соціальну спрямованість діяльності, глобальний стейкхолдер, що створює чинники прогресу, матеріального добробуту, економічного зростання, втілюючи механізми вирішення суспільних проблем через соціалізацію процесу й результатів діяльності.

Крім того, інноваційність та важливість підприємництва доведена вченням Й. Шумпетера [9]. Оцінивши циклічність економічного зростання вчений довів, що добробут нації залежить від економічної і соціальної ефективності підприємництва. "Завдяки своєму інноваційному статусу, підприємець забезпечує формування добробуту, втілюючи інноваційну модель економічного зростання, але головний мотив такої діяльності — підприємницький прибуток" [9]. Можливість отримати прибуток — головний чинник впровадження інновацій, а тому економічна роль підприємництва перетворюється на соціальну.

Головне завдання підприємця сьогодні — розробити модель розвитку та соціалізації підприємництва, в тому числі на сільських територіях, через інноваційні способи інвестування.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Феномен підприємництва в життєдіяльності людини був присутній завжди, існував уявно і спочатку функціонував на практиці в різних елементах господарського процесу, способів одержання засобів для існування. Наприклад, до новітніх теорій, практик та інноваційних типів належить соціальне підприємництво, як особлива, специфічна діяльність.

Фактор соціального підприємництва виник у результаті пошуку інноваційних способів розповсюдження благ цивілізації на широке коло споживачів. Пересічний підприємець намагається максимально реалізувати свій потенціал, технологічні можливості і професійні здібності для здобуття конкурентних можливостей підприємництва.

Дослідження в сучасній соціально-економічній науці соціального підприємництва є динамічними, забезпечують якісне накопичення знань. До того ж, соціальне підприємництво з'явилося як наслідок зростання добробуту людей, з виникненням потреби пов'язати економічний ефект із соціальним. Культивуючи ідею соціальної відповідальності та соціальної спрямованості бізнесу, науковці і практики довели дієвість організацій соціального підприємництва.

Аналіз досліджень і публікацій з даної проблематики можна безкінечно продовжувати, але незважаючи на широкий огляд, існують аспекти, які потребують додаткового дослідження

Тому у підсумку зазначимо, що варто розглядати економічне і соціальне начало підприємництва як чинники його соціалізації. Критерії й ознаки соціалізації підприємництва: розвиток соціальних підприємств; меценатство; філантропія; соціальна відповідальність підприємств. У цьому вся суть підприємництва як соціально-економічного феномена сучасної організації господарювання, фактору забезпечення економічного добробуту і соціальної стабільності суспільства.

Підприємства відчувають вплив суспільних, соціально-економічних процесів, а також державної політики і ринкової конкуренції. Тому змінюється кількісний склад суб'єктів господарювання — ринок проводить селекцію підприємств. Підприємства, реалізуючи свою стратегію розвитку, поширюють створений продукт на ринках — соціалізуються економічно, організаційно та через забезпечення соціального ефекту. Відповідно до структурних змін на ринках, в економічній результативності доцільно і потрібно розглядати сильні й слабкі сторони підприємств за макроекономічною сукупністю у розрізі видів економічної діяльності (сільське, лісове та рибне господарство; промисловість; будівництво).

Економічна соціалізація, тобто переведення економічних результатів і функцій підприємств в розряд соціального споживання є надзвичайно багатограним процесом. Головними суб'єктами економічної соціалізації підприємництва є сільськогосподарські підприємства, усіх організаційних форм та розмірів. Практика їхнього розвитку є різновекторною, адже перетворення та переорієнтація підприємств продовжується при адаптації до швидкозмінних ринкових умов господарювання. Наприклад, фактор введення ринку землі

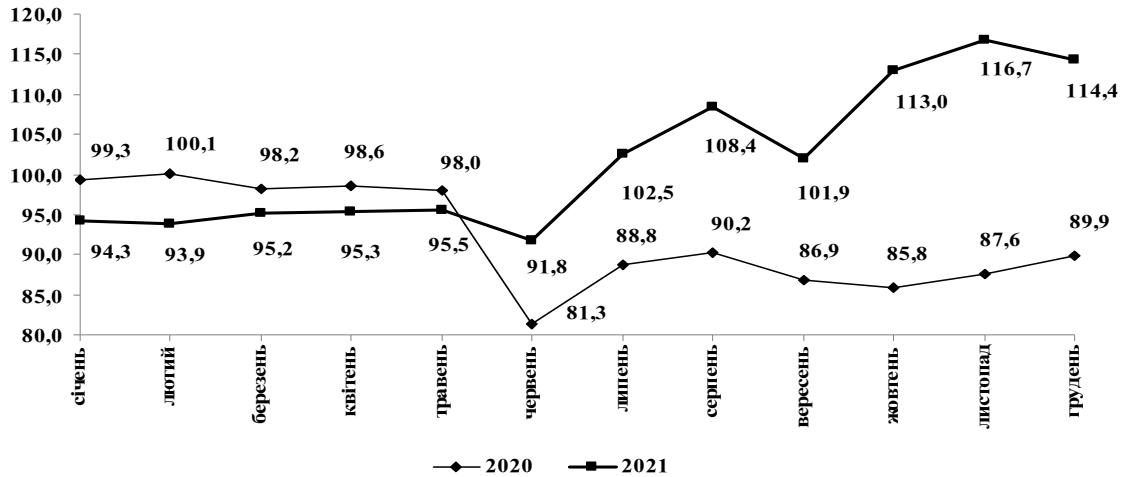


Рис. 1. Індеси сільськогосподарської продукції
(у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком)

значно посилив зміни і вплинув на структуру підприємств, а також на тенденції їх економічної соціалізації.

Соціально-економічна результативність господарювання у діяльності сільськогосподарських підприємств є сукупністю соціальних і економічних ефектів, які становлять органічну єдність. У сільському розвитку соціально-економічну результативність забезпечують сільськогосподарські підприємства, які функціонують на сільських територіях. Аналіз соціальних та економічних показників проведемо на базі загальних по сільськогосподарських підприємствах України та Чернівецької області, зокрема, результатів.

Таблиця 1. Індеси сільськогосподарської продукції за категоріями виробників у 2021 році
(у % до відповідного періоду 2020 року)

Категорії господарств	Продукція сільськогосподарства	У тому числі	
		продукція рослинництва	продукція тваринництва
Господарства усіх категорій	114,4	119,9	95,6
у тому числі			
підприємства	119,2	124,0	97,6
господарства населення	105,5	110,9	93,4

У 2021 р. по Україні індекс сільськогосподарської продукції порівняно із 2020 р. становив 114,4%, порівняльна характеристика за місяцями 2020 та 2021 рр. наведена на рис. 1, за категоріями виробників (юридичні чи фізичні особи) — в таблиці 1.

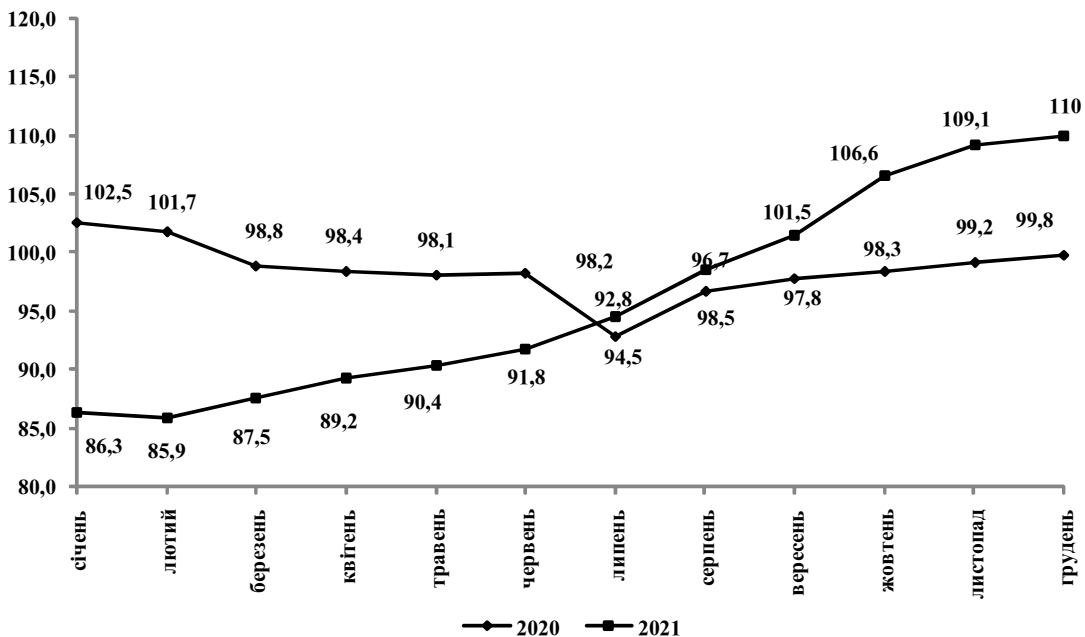


Рис. 2. Індеси сільськогосподарської продукції у Чернівецькій області
(у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком)

Таблиця 2. Індеси сільськогосподарської продукції за категоріями виробників Чернівецької області у 2021 році (у % до відповідного періоду 2020 року)

Категорії господарств	Продукція сільського господарства	У тому числі	
		продукція рослинництва	продукція тваринництва
Господарства усіх категорій	110,0	117,0	93,0
у тому числі			
підприємства	122,0	135,9	80,1
господарства населення	105,5	109,3	96,9

Таблиця 3. Показники соціально-економічної результативності діяльності сільськогосподарських підприємств України*

Показники	Україна				
	2010	2013	2015	2018	2020
В середньому на 1 підприємство					
Площа с.-г. угідь користуванні, га	2010,2	2054,5	2085,3	1901,4	1908,2
Середньо-облікова чисельність працівників, всього	56,4	51,2	47,2	38,8	34,3
Середній рівень заробітної плати 1 працівника по підприємству всього, грн/місяць	1094,7	1738,0	2386,1	5853,0	7166,0
Економічна результативність господарювання					
Рівень рентабельності с.-г., усього %	21,1	11,2	45,6	14,2	16,1
Рівень рентабельності виробництва рослинництва, %	26,7	11,1	50,6	17,2	20,0
Рівень рентабельності виробництва тваринництва, %	7,8	11,3	22,1	13,9	7,9

* Представлено за даними [2].

У цілому на Буковині сільське господарство формує майже 25 % валового регіонального продукту, а в сукупності з харчовою про-

мисловістю — більше 28%, тому сільське господарство справедливо вважається головним видом економічної діяльності в регіоні.

Індекс сільськогосподарської продукції у Чернівецькій області у 2021 році становив порівняно з 2020 р. 110,0%, порівняльна характеристика за місяцями 2020 та 2021 рр. наведена на рис. 2, за категоріями виробників (юридичні чи фізичні особи) — в таблиці 2.

Відповідно розглянемо загальні економічні результати сільськогосподарських підприємств України (табл. 3), які формують і означають спроможність до досягнення певної якості економічної соціалізації.

За характером земельних та кліматичних ресурсів територія Чернівецької області є сприятливою для розвитку та функціонування різних галузей сільськогосподарства. Але у загальноукраїнському масштабі область цікава тим, що за показниками виробництва сільськогосподарської продукції у розрахунку на 100 га в цілому по Україні займає третє місце, що свідчить про високу продуктивність виробництва. А відсоток сільського господарства у валовій доданій вартості області є одним з найбільших не тільки у Карпатському регіоні, але й України.

Чернівецька область має райони, де займаються тваринництвом, але більшість земель сприятливі для рослинництва, вирощування зернових і технічних культур та садівництва.

Розглянемо загальні результати сільськогосподарських підприємств Чернівецької області (табл. 4), які формують основу досягнення соціалізації.

Усереднені показники ситуації в сільськогосподарських підприємствах України та Чернівецької області, зокрема, такі:

— показник площі сільськогосподарських угідь показує ресурсну базу підприємств як основного засобу виробництва — у середньому 2—3 тис. га, але

Таблиця 4. Узагальнюючі тенденції розвитку сільськогосподарських підприємств рослинництва Чернівецької області (1995—2021)

Рік	Посівна площа сільськогосподарських культур, тис. га					
	культури зернові та зернобобові	бурак цукровий фабричний	соняшник	картопля	культури овочеві	культури плодові та ягідні
1995	135,9	23,5	4,3	28,6	7,7	24,6
2010	132,4	4,2	6,2	33,4	11,9	15,1
2015	117,0	0,2	10,5	33,9	12,0	17,8
2021	120,6	к	22,0	35,0	13,0	17,0
Обсяг виробництва (валовий збір) сільськогосподарських культур, тис. ц						
Рік	культури зернові та зернобобові	бурак цукровий фабричний	соняшник	картопля	культури овочеві	культури плодові та ягідні
1995	4853,5	5569,9	60,3	3061,4	756,3	719,2
2010	4885,4	1038,8	79,9	4964,4	2190,1	972,1
2015	5235,0	56,4	208,3	5862,6	2222,7	1785,1
2021	7289,4	к	625,6	6365,2	2557,3	2653,6
Урожайність культур сільськогосподарських, ц з 1 га площі зібраної						
Рік	культури зернові та зернобобові	бурак цукровий фабричний	соняшник	картопля	культури овочеві	культури плодові та ягідні
1995	35,7	239	14,0	107	98	33,2
2010	37,9	248	13,1	149	182	81,4
2015	44,9	298	20,0	173	183	112,6
2021	60,5	к	28,4	182	197	172,2

* Представлено за даними [2].

Таблиця 5. Комплексні індикатори економічної соціалізації сільськогосподарських підприємств*

Індикатор	Складові показники для аналізу	Критерії пізнання участі у механізмі економічної соціалізації
Індикатор розміру підприємства	<i>Площа угідь, права і структура землекористування</i>	Охоплення участі у розвитку території, громади
Індикатор стимулювання праці персоналу підприємств	<i>Середній рівень заробітної плати на підприємстві</i>	Динаміка формування рівня добробуту працівників
Індикатор відносин власності	<i>Розмір орендованої земельної частки (паю), чисельність працівників-орендодавців, вартість оренди земельної частки</i>	Економічна оцінка вартості земельної власності
Індикатор соціальної цінності виробництва	<i>Витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, орендна плата</i>	Внутрігосподарський рівень соціальних вкладень і обсяг економічної соціалізації у собівартості продукції
Індикатор балансу вигід і витрат виробництва	<i>Рівень рентабельності господарювання</i>	Формування вигідності виробництва
Індикатор участі у фінансуванні розвитку	<i>Витрати на підтримку розвитку сільських територій</i>	Соціальна відповідальність бізнесу

* Запропоновано за результатами досліджень практики функціонування підприємств та методичних положень розроблених авторами: [8].

прослідковується тенденція до укрупнення, зокрема по Чернівецькій області; переважно використовуються орендовані угіддя, тому соціально-економічну користь від використання земель мають і безпосередньо зайняті на виробництві, і орендодавці;

— показник зайнятості — середньооблікова чисельність зайнятих в сільському господарстві працівників зменшується, що пов'язано зі зміною структури і спеціалізації виробництва, а також з техніко-технологічними новаціями, це зменшує потребу підприємств у робочій силі; тому соціальний ефект вирішення проблеми зайнятості через механізм створення додаткових робочих місць має негативну тенденцію; домінантною за чисельністю працівників є галузь рослинництва, незважаючи на технологічну більшу трудомісткість тваринництва як галузі; технологічно складні, трудомісткі і ресурсозатратні види діяльності не мають інтересу для сільськогосподарських виробників — до такої соціалізації спонукає ринкова кон'юнктура і спрямованість на експорторієнтовані продукти, а також не високий рівень платоспроможного попиту на внутрішньому ринку; перевага тваринництва над рослинництвом проявляється лише в дещо вищому середньому рівні заробітної плати;

— питання оплати праці має виключне значення для аналізу соціалізації, адже визначає соціальну ціну виробництва, яка впливає на рівень матеріального добробуту зайнятих на виробництві працівників; тут спостерігається значне зростання середнього рівня зарплати, адже підприємці змушені її підвищувати.

Усереднені показники економічної соціалізації сільськогосподарських підприємств вказують нам загальну середню картину результативності цього процесу. Тому для ґрунтовнішої оцінки пропонуємо використовувати комплексні індикатори (табл. 5).

Згруповуючи ці індикатори ми виходили з позиції про те, що економічна соціалізація — це делегування підприємствам участі у розвитку територіальних громад. Підприємства для дослідження — це типові господарюючі суб'єкти середнього розміру, які найбільш вмотивовані на соціалізацію територій, на яких знаходяться їх виробничі потужності, зокрема орендовані землі.

Аналіз стану і пріоритетів організаційно-економічної соціалізації підприємництва, пока-

зали, що одним з результатів діяльності сільськогосподарських підприємств в соціальній площині, є створення робочих місць для населення. Українські підприємці, зіткнувшись з дилемою вибору екстенсивної чи інтенсивної моделі, переважно застосовують перший варіант, використовуючи продуктивність земельної ділянки для виробництва популярної на ринку продукції, мінімізуючи витрати на залучення фінансового капіталу та трудових ресурсів. Оскільки землі сільськогосподарського призначення територіальних громад є обмеженими, це негативно впливає на можливості працевлаштування — основна проблема організаційно-економічної соціалізації підприємництва.

До пошуку шляхів формування механізму розвитку соціального підприємництва належить наявність деякої практики з інституційного сприяння цьому, зокрема у Чернівецькій області [7]. Яскравим прикладом інституційного закріплення заходів є розроблений проєкт Програми економічного і соціального розвитку Чернівецької області на 2022—2023 роки [7]. Розглядаючи контекст сприяння стимулюванню розвитку соціального підприємництва в Україні у зв'язку із практичною відсутністю спеціального законодавства, розробки програмних документів вважаємо одним із пріоритетних заходів. Відповідно узгодженою є позиція про те, що: "популяризація соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва, в тому числі шляхом поширення

відповідних бізнес-практик та реалізованих проєктів соціальної корпоративної відповідальності" [7].

Механізм підтримки розвитку соціального підприємництва має будуватися за комплексним підходом — враховуючи загальні пріоритети. Першочерговою відзначаємо пріоритет підходу на консолідацію заходів стимулювання соціального підприємництва для формування мотивації бути соціальним підприємцем, а також причетності до корисної діяльності. Стратегічне завдання програмних заходів — створення традиції соціального підприємництва як активної форми накопичення соціального капіталу.

Відповідно соціальне підприємництво — стратегічно важливе у забезпеченні реалізації комплексної стратегії із запобігання депресивності територій. Соціальні підприємства повинні діяти в системі соціальної економіки, побудова якої потребує структурованої системи державно-ринкових стимулів. Це дозволить досягти запровадження в Україні трендів сучасної світової практики соціалізації підприємства.

Проте для поширення соціального підприємництва, а також соціалізації підприємницького господарювання важливо задіяти механізми стимулювання розвитку соціального підприємництва. Варто в першу чергу виділити фінансовий аспект — краудфандинг [8], що є ефективною платформою цифровізації [1, 4]. Для реалізації практики забезпечення ефективною мотивації до соціального підприємництва, краудфандинг є пріоритетним механізмом, адже сьогодні розвивається, а соціальні, економічні відносини здійснюються на засадах тотальної інформатизації. Зокрема, "позитивними результатами розвитку краудфандингу в Україні є те, що він має переважну соціальну спрямованість. Таким чином, це сприяє формуванню традицій інвестування, реалізації соціальних і економічних інвестицій, появі альтернативного банківського фінансування" [4]. З впровадженням стимулюючого механізму по типу краудфандингу буде втілюватися спроможність територіальних громад до активізації утворення соціальних підприємств.

Пропонуючи краудфандинг для практичного застосування, зосереджуємо увагу на якості соціального капіталу як основного чинника стимулювання потенційних стейкхолдерів реалізовувати бажання участі у соціальних проєктах. Саме цього фундаменту сьогодні не вистачає, особливо відзначаємо низьку довіру

громадян одне до одного, а також до органів управління. Від того, наскільки зрілим є суспільство залежить реалізація проєктів соціального підприємництва за участі механізму краудфандингу [3].

Відзначаючи особливості розвитку соціального підприємництва в аграрному секторі зауважимо, що практики краудфандингу тут відсутні, або є, але поодинокі. Відсутність традицій інвестування у реалізацію креативних проєктів і недовіра потенційно спроможних учасників до будь-якої співпраці, спричинена чинником соціального капіталу, має труднощі системного характеру. Тим більше, нині будь-які форми колективної співпраці, що пов'язані із залученням фінансових ресурсів, через низьку довіру приречені на провал, тобто обмежуючим чинником є соціальний капітал.

Загалом краудфандингові моделі залучення фінансових ресурсів є найбільш прийнятними для розвитку соціального підприємства через його неприбутковий статус. Краудфандинг може успішно поєднати соціальну мотивацію участі та економічний інтерес індивіда до реалізації соціального проєкту. З економічної точки зору краудфандинг — це механізм фінансування, з соціальною — особлива форма реалізації соціального капіталу, бо краудфандинг успішно поєднує економічне і соціальне. Інфраструктурна база краудфандингу — спеціальні платформи, які можна вважати інвестиційними проєктами, участь у яких може брати кожен охочий. Такий тип проєктів не забезпечує доходу від вкладень — переважно лише соціальний ефект та відчуття причетності індивіда до вирішення соціально значної проблеми. Краудфандинг є способом організації фінансування соціальних проєктів, особливо на селі, без залучення банків й фінансових установ, тому практично використовується як модель народного фінансування. Його називають ще "економікою натовпу", чи "економікою юрби", тобто в цій моделі фінансування функціонування соціальних підприємств відбувається на засадах залучення стейкхолдерів до підтримки соціально-економічного розвитку територій.

Проаналізувавши теоретичні концепції соціального підприємництва, оцінивши практику розвитку в Україні, пропонуємо ряд стратегічних кроків, які треба здійснити для активізації її через механізм формування мотивацій у потенційних її учасників. В цьому контексті реалізація заходів мотивації розвитку відповідає креатурі заходів із забезпечення дієвого меха-

нізму створення соціальних підприємств (рис. 3).

Розширене позиціонування стратегічних кроків (рис. 3) відповідає запропонованій ідеології сприяння реалізації практики формування мотиваційних механізмів стимулювання розвитку соціального підприємництва. При реалізації зазначених кроків потрібно і бажано враховувати особливість соціального розвитку, який має формувати мотиваційні спроможності поширення соціального підприємництва. І це не тільки соціальне підприємництво як діяльність спеціалізованих структур, але й функція класичних підприємств, що несуть соціальну відповідальність за розвиток території.

Краудфандинг все частіше зустрічається в наданні фінансової допомоги соціальним структурам. Як уже згадувалося раніше, краудфандинг вигідний, оскільки за рахунок великої маси меценатів організаціям вдається швидкими темпами збирати достатню кількість коштів.

В українській економіці вирізняють моделі краудфандингу залежно від винагороди для мецената:

- без винагороди (пожертви): люди жертвують гроші на реалізацію ідеї, без будь-яких зобов'язань з боку її автора проєкта;
- нефінансова винагорода (модель "Kickstarter"): це можуть бути листи подяки, листівки, відео з вираженням подяки, згадка в реалізованому продукті;
- фінансова винагорода (краудінвестинг): тут великі інвестори отримують певний відсоток від доходів і продажів [4].

Найбільш популярними напрямками для краудфандингу є: соціальні проєкти, гаджети і винаходи, інформаційні технології, малий бізнес. Головними гравцями краудфандингового ринку сьогодні є: Kickstarter, GoFundMe, Indiegogo, Fundable, Crowdcube, GoGetFunding, Patreon, Crowdfunder, CircleUp, DonorsChoose, AngelList, Crowdfunder UK, FundRazr, Companisto, Campfire, Crowdo, Milaap, CrowdPlus, Modian, Idianchou, Alibaba, Jingdong, Suning [10].

Існує декілька найбільш популярних платформ, де можна представити свій проєкт та отримати фінансування ідеї.

КРОКИ МОТИВАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	ЗАХОДИ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ	ЦІЛЬОВИЙ ЕФЕКТ
<i>Ідеологічне забезпечення</i>		
<i>Крок 1 – формування умов для поширення ідеї розвитку соціального підприємництва</i>	ідейна підтримка, забезпечення суспільного визнання та закріплення засад функціонування соціального підприємництва	Ідеологічне закріплення засад
<i>Концептуалізація і закріплення пріоритетів</i>		
<i>Крок 2 – розробка національної концепції розвитку соціального підприємництва</i>	вироблення національної концепції розвитку соціального підприємництва – бачення його пріоритетів і засад, враховуючи особливості України, поселенської мережі, зайнятості, іміджу соціальних організацій	Формування інституційних умов поширення
<i>Формування стратегії</i>		
<i>Крок 3 – розроблення стратегії розвитку соціального підприємництва</i>	розроблення стратегії розвитку соціального підприємництва	Формалізація доктрини соціалізації підприємництва
<i>Запровадження регуляторних практик</i>		
<i>Крок 4 – здійснення стимулювання соціального підприємництва</i>	активування механізмів державної підтримки, стимулювання соціального підприємництва з урахуванням специфіки розвитку	Імплементация державного регулювання і стимулювання
<i>Закріплення моделі підтримки</i>		
<i>Крок 5 – забезпечення системної постійної підтримки соціалізації підприємництва</i>	постійна ідеологічна, організаційно-економічна, регуляторна та фінансова підтримка соціалізації підприємництва для утвердження ефективної моделі соціально-економічної підтримки сталого розвитку українських територій	Реалізація механізмів соціального підприємництва на засадах сталого розвитку

Рис. 3. Стратегічні кроки мотиваційного сприяння розвитку соціального підприємництва *

*Запропоновано й висвітлено в публікації [3].

"Kickstarter" — найвідоміша та одна з перших в світі краудфандингових платформ, започаткована в 2009 році. Вона працює так: власнику проєкту потрібно зареєструватися, розмістити опис ідеї та мінімальну суму коштів, яку треба зібрати. Якщо 100% суми не вдалося зібрати в строк, гроші повертаються меценатам. Сам "Kickstarter" отримує 5% від залучених коштів. Окрім того, на платформі встановлено географічні обмеження — додати на платформу проєкт можуть жителі США, Великобританії, Канади, Австралії, Нідерландів, Нової Зеландії, Німеччини, Данії, Швеції, Ірландії, Норвегії (Україна доки не входить в цей перелік). Бажаючим розмістити з інших країн треба скористатися послугами посередників. Основні теми проєктів: інноваційні продукти [4, 10].

Ще одна популярна краудфандингова платформа — "Indiegogo". Вона бере комісію за додавання проєкту на майданчик, але тут немає встановлених обмежень за типом проєктів. На відміну від "Kickstarter", на "Indiegogo" не встановлені географічні обмеження на створення кампанії та фінансування, тому автор проєкту

зможе отримати гроші, навіть якщо не зібрано в строк 100% заявленої суми.

"Crowdfunder" — це платформа для залучення інвестицій, це надає доступ до однієї з найдинамічніше зростаючих мереж інвесторів у світі. Досить часто після розміщення проєкту на "Kickstarter" або "Indiegogo" проєкт реєструється на "Crowdfunder" для залучення додаткових інвесторів.

В Україні рівень розвитку краудфандингових послуг є на порядок нижчим ніж у провідних державах. Але можна констатувати, що активний розвиток отримали в нашій країні не так давно. Найбільш популярні краудфандингові майданчики в Україні — це "NaStarte", "Спільнокошт-BigIdea" і "КУБ" (від ПриватБанку) [4].

Перші два майданчики ґрунтуються на творчих і соціальних ініціативах. Згідно умов "Спільнокошт — BigIdea" автор проєкту одержує зібрані від меценатів внески тільки у разі, якщо проєкт зібрав повну суму грошових коштів за встановлений термін. Існує схема гнучкого фінансування, яка передбачає можливість одержання зібраних коштів, якщо проєктом уже зібрана сума, яка більше 50% заявленої суми. Під час перерахування грошових коштів платформа самостійно утримує із цієї суми адміністративні витрати 10%, що включають комісії та витрати на розвиток веб-ресурсу. За схеми гнучкого фінансування утримується 15% загальної суми зібраних коштів [4].

"Na-Starte" дає змогу авторові проєкту одержувати зібрані вклади тільки у разі, якщо зібрано повну суму грошових коштів у встановлений строк. Агентська комісія платформи "Na-Starte" стягується тільки тоді, коли проєкт збирає необхідну суму. Комісія складає 8 % суми без урахування комісії платіжних систем [4].

Вкладаючи в проєкти на цих майданчиках, не треба розраховувати на прибуток. Залежно від розміру інвестицій, розробники ідей можуть віддати інвестора особисто через соціальні мережі, надіслати брендovanу продукцію, надати послугу, майстер-клас чи екскурсію, пов'язану з тематикою проєкту.

На платформі — "КУБ" — частіше зустрічаються такі бізнес-проєкти: масштабування виробництва, найм додаткових працівників, відкриття нових торгових точок. Прибуток вкладників з проєктів "КУБа" є диференційованим: вклавши 1000 грн інвестор може отримати 230 грн на рік, за 20 тис грн можна розраховувати на 4600 грн за 12 місяців. Крім того,

усі вклади на цьому майданчику є застрахованими [4].

Якщо розглянути кількість організацій, які залучають кошти з допомогою краудфандингу, то, незважаючи на недостатню розвиненість цієї індустрії в Україні, можна помітити явне їх зростання. Міжнародним фондом "Відродження" в рамках проєкту "EU4USociety" разом з Європейським Союзом 02.02.2022 р. визначено конкурс "Краудфандинг для соціального підприємництва", мета — зміцнення функціонуючих соціальних підприємств, популяризація соціального підприємства й створення позитивної практики залучення соціальними підприємствами коштів громади. Учасниками конкурсу можуть бути громадські організації, асоціації, спілки, товариства та інші об'єднання [4].

У відсотковому співвідношенні в 2021 р. серед соціальних підприємств налічувалося 67% організацій, які одержують фінансування через краудфандинг, у той час як світові обсяги використання краудфандингу в соціальному підприємстві в 2021 р. зросли на 81% [10]. Також можна відзначити такі світові тенденції: Північною Америкою і Європою за рахунок застосування даного інструментарію було залучено набагато більше капіталу, ніж на аналогічних платформах в інших регіонах. Північноамериканські обсяги краудфандингу зросли на 105%, склали 1,9 млрд доларів, а обсяги європейських операцій з краудфандингу зросли на 67% і склали 949 млн дол. [10]. Дані тенденції підтверджуються даними з "Crowdfunding industry report" про кількість краудфандингових майданчиків. Прогнози аналітиків у міру відновлення світової економіки показують зростання краудфандингу в 2022 р. в порівнянні з попереднім роком.

Згідно з дослідженнями, обсяг світового ринку краудфандингу в 2022 р. становить 14340 млн доларів США. Обсяг ринку краудфандингу в світі досягне 28800 млн доларів США в 2028 р, збільшившись в середньому на 11,6% за цей період. Дослідження детально розглядають фактори й обмеження ринку краудфандингу, а також вплив Covid-19, який впливає на розвиток відповідного ринку [10].

Погоджуємося з низкою експертів, які розглядають краудфандингові послуги як один з перспективних напрямків діяльності соціальних підприємств в Україні, оскільки за рахунок злагоджених зусиль вдається отримати вражаючі результати в різних сферах їх діяльності [4].

Досвід краудфандингу в Україні недооцінюється, оскільки ототожнюється з жебрацтв-

вом, але просунуті користувачі мережі Інтернет вважають революційним даний напрямок, це дозволяє з нульовим власним бюджетом за допомогою залучених коштів реалізовувати грандіозні проекти. Краудфандинг мотивує тих, хто хоче ставити собі амбітні цілі і не завжди має можливість довести їх до завершення. Краудфандинг чудово працює: ті меценати, які вклали гроші в проект, "волею-неволею" починають зацікавлювати ним все своє оточення. Усі проекти краудфандингу є цікавими, і у кожного з них є потенціал для монетизації. В цьому випадку, розробники створюють щось посправжньому нове і не бояться ризикувати, незважаючи на складнощі.

Одним з інших інструментів залучення ресурсів у соціальне підприємництво, який використовують лідери світових рейтингів, є фандрейзинг [10]. "Фандрейзинг є публічним процесом збору коштів, які залучаються для реалізації соціально значущих проектів. Фандрейзинг дає можливість залучати грошові кошти за рахунок добровольців або, як їх ще називають, донорів" [10]. Його відмінність від благодійної діяльності полягає в тому, що він використовує більш сучасні креативні цілі залучення коштів. Цей вид залучення ресурсів використовується в роботі недержавних і неприбуткових організацій. Сьогодні виділяють два підходи до розуміння цієї технології. В першому випадку фандрейзинг передбачає збір коштів на благодійні (неприбуткові) цілі та відсутність прямої матеріальної вигоди для суб'єкта вкладання. У другому випадку фандрейзинг трактується ширше — як діяльність із залучення донорів на будь-які цілі (не обов'язково благодійні). Внески можуть бути і у формі грошових коштів, і у формі натуральних, трудових пожертв. Фандрейзинг схожим багатом чому з благодійністю, так як допомагає фінансувати діяльність економіки, але найбільше неприбуткові організації, якими є сьогодні більшість соціальних підприємств [10].

За своєю суттю фандрейзинг має спільне з пошуком інвесторів. Відмінність в тому, що інвесторів зазвичай шукають для комерційних проектів, "всерйоз і надовго", для створення основного капіталу, коли віддача від інвестицій передбачається через тривалий час. Метою інвестора є отримання прибутку, а фандрейзинг пов'язаний з пошуком коштів під неприбуткові цілі та проекти, які не можуть бути реалізовані в комерційному режимі.

Сучасна технологія фандрейзингу формувалася за рахунок підтримки соціально-значущих громадських ініціатив. В Україні фандрей-

зинг знаходиться на стадії зростання, лідерами у цій галузі є Австралія, США, Нова Зеландія і Велика Британія. Сьогодні у Великій Британії діють біля 9000 грантодавчих установ, які розподіляють 1,5 млн фунтів стерлінгів. Два найбільших фонди країни: "The National Lottery Charities Board" і "Wellcom Foundation" забезпечують 35% цього обсягу. Британським урядом ще в 1983 році створена посередницька організація "Arts & Business", яка займається фандрейзингом [10].

Найбільших масштабів поширення фандрейзинг набув в Сполучених Штатах Америки. За останні роки в США налічується біля 29 тис. фандрейзерів. Фандрейзери у своїй діяльності керуються декларацією принципів етики "Заява з етики Ради із розвитку та освіти", "Кодексом етики" та "Стандартами професійної практики", які прийняті були Асоціацією професійних фандрайзерів [10].

Необхідно акцентувати питання про те, наскільки зарубіжний фандрейзинг прийнятним є для української практики. Становлення фандрейзингу як системи здійснювалося окремо від держави. Незалежні неприбуткові організації своїми власними силами вирішували значну частину проблем в області залучення грошових коштів та інших ресурсів. Але треба зауважити, що сьогодні держава не залишається осторонь і різними способами робить сприятливий клімат для розвитку фандрейзингових технологій: активно стимулює донорів податковими пільгами тощо [10].

Якщо говорити про українські сільськогосподарські соціальні підприємства, то діагностують такі базиси розвитку фандрейзингу як напрацювання практик успішних організацій, використання ними у своїй роботі моделей фандрейзингу, відкриття шкіл з фандрейзингу тощо [10]. Зокрема, українська фандрейзингова екосистема "Synergy Universe" запускає новий інформаційний ресурс про розвиток та побудову спроможності з допомогою фандрейзингу — залучення інвестицій, грантів, безповоротної донорської допомоги. "Група об'єднує такі напрямки: Synergy Development Consulting (управління проектами та побудова фінансової сталості через комплексний фандрейзинг), Synergy Academy (перша Академія, що навчає та працевлаштовує грантрайтерів та фандрейзерів), Synergy for Action (фандрейзингові ігри-симулятори), Synergy Investments (залучення інвестицій для бізнесу), Synergy Club (унікальна спільнота людей, які хочуть розвивати свої проекти, за допомогою фандрейзингових можливостей). У 2020 році компанія за-

лучила понад 2 млн євро коштів для своїх клієнтів" [4].

Таким чином, якщо фандрейзинг є пошуком і залученням коштів з метою реалізації соціальних та комерційних проєктів, то краудфандинг є колективним збором грошових коштів через мережу Інтернет на благодійні цілі чи комерційні проєкти. Незважаючи на те, що краудфандинг є популярним в різних стартапах, соціальні підприємства все частіше використовують систему фандрейзингу.

ВИСНОВКИ

Соціальне підприємництво для аграрного сектору економіки України є механізмом організаційно-економічної реалізації стратегії виходу сільських територій, де переважно розміщені сільськогосподарські підприємства, із соціально-економічної кризи. Шляхом ефективною державної політики потрібно забезпечити умови формування соціально спрямованих підприємницьких структур, поширення традицій селозберігаючого підприємницького господарювання.

Безліч причин може бути основою для того, щоб пояснити, чому в Україні сьогодні не досить поширені такі методи фінансування як фандрейзинг та краудфандинг. Але з макроекономічної точки зору їх в українських реаліях можна було б здійснювати в повній мірі.

Подальший розвиток такого феномену як фандрейзинг та краудфандинг в діяльності соціальних підприємств України залежить від того, яким шляхом буде розвиватися неприбутковий сектор в державі. Необхідний рівень розвитку соціальної сфери неможливий без державного впливу і контролю. Для того, щоб розробляти нові технології краудфандингу та фандрейзингу українським соціальним підприємствам необхідно навчитися правильно вибудовувати довгострокові відносини з бізнес-структурами, державою і представниками місцевого населення в процесі міжсекторного партнерства. Отже, ефективно макроекономічне вирішення соціальних проблем можливе тільки тоді, коли до нього залучені структури, кожна з яких вносить власну частку допомоги в ресурсне забезпечення соціальних підприємств.

Україна сьогодні знаходиться у вигідних умовах з точки зору освоєння технологій краудфандингу та фандрейзингу. Вітчизняна економіка може використовувати напрацювання, існуючі моделі, досвід застосування цих технологій країнами світу, адаптовувати

їх до сучасних українських реалій. Для успішного їх розвитку в нашій країні необхідно не тільки прийняття необхідних нормативно-правових актів, а й участь державних органів у фінансуванні соціальних проєктів і програм, що реалізуються соціальними підприємствами.

Соціальне підприємництво з її вищерозглянутими технологіями розвитку є актуальним механізмом створення робочих місць, організаційно-економічним чинником забезпечення зайнятості населення. Соціальне підприємництво як інноваційний вид діяльності є важливим, ефективним інструментом вирішення соціальних проблем.

Особливого, стратегічного значення цей тип підприємництва набуває як чинник подолання депресивності деяких територій територіальних громад, механізм селозбереження в державній соціально-економічній політиці. Активний розвиток соціального підприємництва може стати ефективним механізмом збалансування інтересів державної політики і ринкового саморегулювання процесів сільського розвитку.

Література:

1. Водянка Л.Д., Юрій Т.П. Цифровізація та цифрова платформа в економічному розвитку аграрного сектору. Економіка АПК. 2020. № 12. С. 67—88.
2. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua
3. Дюк А.А. Мотиваційні основи розвитку соціального підприємництва на селі. Modern Economics. 2020. № 20(2020). С. 86—91. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V20\(2020\)-14](https://doi.org/10.31521/modecon.V20(2020)-14).
4. Краудфандинг в Україні: сутність, стан та особливості діяльності в Україні. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/craundfunding-v-ukraini-t/>.
5. Лопатинський Ю.М., Кобеля З.І., Галицький А.Е. Структурно-функціональні засади розвитку підприємництва на сільських територіях. Економіка АПК. 2021. № 12. С. 65—73. http://www.eapk.org.ua/sites/default/files/eapk/2021/12/ekonomika_apk_12_2021_p_65-73.pdf
6. Лопатинський Ю., Кобеля З., Малицька А. Соціальне підприємництво як форма соціалізації економіки. Економічний та управлінський потенціал соціалізації економіки: монографія / за заг. ред. З.І. Галушки. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т. ім. Ю. Федьковича, 2020. С. 242—268.
7. Програма економічного і соціального розвитку Чернівецької області на 2022—

2023 роки. URL: <https://bukoda.gov.ua/chernivecka-oda/structure/departament-regionalnogo-rozvitku/proyekt-programi-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-cherniveckoyi-oblasti-na-2022-2023-roki>

8. Розвиток малих аграрних підприємств у ринковому інституційному середовищі: індикатори та ефективність / Лупенко Ю. О., Шпикуляк О. Г., Малік М. Й. та ін.; за ред. О. Г. Шпикуляка. Київ: ННЦ "ІАЕ", 2017. 204 с.

9. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Київ, 2011. 242 с.

10. Giving USA 2021. URL: <https://philanthropy.net/news/giving-usa-2021-year-unprecedented-events-and-challenges-charitable-giving-reached-record-47144>.

References:

1. Vodianka, L. D. and Yuriy, T. P. (2020), "Digitization and digital platform in the economic development of the agricultural sector", *Ekonomika APK*, vol. 12, pp. 67—88.

2. The State Statistics Service of Ukraine, (2022). Available at: www.ukrstat.gov.ua (Accessed 28 January 2023).

3. Dyuk, A. A. (2020), "Motivational foundations of the development of social entrepreneurship in the countryside ", *Modern Economics*, vol. 20, pp. 86—91.

4. Electronic Resource "Business Law" (2019), "Crowdfunding in Ukraine: essence, state and peculiarities of activity in Ukraine ", available at: <https://www.businesslaw.org.ua/craundfunding-v-ukraini-t/> (Accessed 02 February 2023).

5. Lopatyns'kyu, YU. M., Kobelia, Z.I. and Halyts'kyu, A.E. (2021), " Structural and functional principles of entrepreneurship development in rural areas ", *Ekonomika APK*, vol. 12, pp. 65—73.

6. Lopatyns'kyu, Yu., Kobelia, Z. and Malys'ka, A. (2020), *Sotsial'ne pidpryyemnytstvo yak forma sotsializatsiyi ekonomiky. Ekonomichnyy ta upravlins'kyu potentsial sotsializatsiyi ekonomiky* [Social entrepreneurship as a form of socialization of the economy. Economic and administrative potential of the socialization of the economy], *Chernivets. nats. un-t. im. Yu. Fed'kovycha, Chernivtsi, Ukraine*, pp. 242—268.

7. Chernivtsi Regional State Administration (2021), " Program of economic and social development of Chernivtsi region for 2022—2023", available at: <https://bukoda.gov.ua/chernivecka-oda/structure/departament-regionalnogo-rozvitku/proyekt-programi-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-cherniveckoyi-oblasti-na-2022-2023-roki>

nogo-rozvitku/proyekt-programi-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-cherniveckoyi-oblasti-na-2022-2023-roki (Accessed 20 January 2023).

8. Lupenko, Yu. O., Shpykulyak, O. H. and Malik, M. Y. (2017), *Rozvytok malykh ahrarnykh pidpryyemstv u rynkovomu instytutsiynomu seredovyshchi: indykatory ta efektyvnist'* [Development of small agricultural enterprises in the market institutional environment: indicators and efficiency], *NNTS "IAE"*, Kyiv, Ukraine.

9. Shumpeter, Y.A. (2011), *Teoriya ekonomichnoho rozvytku: doslidzhennya prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsykladu* [The Theory of Economic Development: A Study of Profits, Capital, Credit, Interest, and the Economic Cycle], Kyiv, Ukraine.

10. Lilly Family School of Philanthropy (2021), "Giving USA 2021: In a year of unprecedented events and challenges, charitable giving reached a record \$471.44 billion in 2020", available at: <https://philanthropy.net/news/giving-usa-2021-year-unprecedented-events-and-challenges-charitable-giving-reached-record-47144> (Accessed 22 January 2023).

Стаття надійшла до редакції 24.02.2023 р.

www.economy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

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

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

e-mail: economy_2008@ukr.net

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73