

Страхові компанії повинні також підтримувати високий рівень обслуговування своїх клієнтів, постійно вдосконалювати свої страхові продукти та послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними, активно взаємодіяти з громадськістю, щоб підвищити рівень довіри до своєї діяльності та забезпечити сприятливі умови для розвитку своїх послуг.

Список використаних джерел

1. Олійник О. В., Нагаєва Г. О. Страхування: навч. посібник. Харків: ХНАУ, 2020. С. 252.
2. Мельник О. І., Кульбачна Л. А., Жулім М. С. Аналіз сучасного стану страхового ринку в Україні. *Modern economics*. 2022. С. 107-113.
3. Олійник О. В., Нагаєва Г. О. Страхування: навч. посібник. Харків: ХНАУ, 2020. С. 252.
4. Добіжа Н. В. Особливості функцій інституту страхування в Україні.
5. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/30070/1/26.PDF> (дата звернення 08.12.2024).

БІЗНЕС-МОДЕЛЮВАННЯ В СОЦІАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Завадських Г. М.

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і бізнесу

Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Бізнес-модель є схемою соціального підприємства, тобто певним відображенням основних елементів бізнесу та їхніх взаємозв'язків. **Бізнес-модель** такого підприємства - це план, який описує, як воно створює цінність як для своїх клієнтів, так і для суспільства в цілому. Вона пояснює, як підприємство заробляє гроші, як використовує ці гроші для досягнення соціальних цілей, і як воно планує бути стійким у довгостроковій перспективі [1].

Одним з найкращих способів розробити успішну модель соціального підприємства є використання «Канви соціального підприємства». Цей інструмент, розроблений Штефаном де ла Пена Кіком, пропонує структурований підхід до створення бізнес-моделей, які поєднують соціальний вплив з економічною стійкістю і містить 15 блоків [5]:

1.Візія та місія: важливість цього блоку в тематиці соціального підприємництва була розглянута в попередній темі. Канва пропонує закріпити сформульовані візію та місію в бізнес-моделі; Візія - це уявлення майбутнього для соціального бізнесу та його стейкхолдерів. Місія - це чіткий та правдивий опис того, що саме і як саме робить соціальний бізнес.

2.Пропозиція цінності: опис цінності, яку несе для клієнта товар або послуга, що реалізується підприємством;

3.Проблема: опис соціальної проблеми, яку планується вирішити за допомогою діяльності підприємства;

4.Вирішення: опис вирішення обраної соціальної проблеми. Проблем та їхніх вирішень може бути декілька;

5.Ключові активності: діяльність, яку буде вести соціальне підприємство;

6.Основні партнери: список партнерів, які будуть долучатися до діяльності соціального підприємства;

7.Взаємовідносини: опис того, як буде відбуватися взаємодія із цільовими групами. Цей блок є доповнювальним до ключових активностей і має на меті уточнити, як саме будуть відбуватися активності;

8.Канали: шляхи доступу до обраної цільової групи або цільових груп;

9.Цільова група: перелік тих, для кого саме буде створюватись цінність на підприємстві. Важливо, що, у випадку із соціальним підприємством, це можуть бути не пов'язані між собою

групи - клієнти, що купують товар або послугу, та отримувачі соціальної цінності, які не обов'язково будуть клієнтами;

10.Інші стейкхолдери: додаткова можливість розглянути інші організації або фізичних осіб, які не є партнерами соціального підприємства. Для заповнення цього блоку може допомогти додатковий інструмент "Карта стейкхолдерів";

11.Структура витрат: список витрат підприємства для підтримання свого функціонування;

12.Економічна стійкість: види доходів, які отримує підприємство в результаті своєї діяльності;

13.Вимірювання: крім стандартних показників ефективності у вигляді прибутку та рентабельності, соціальне підприємство має розуміти, як вимірювати соціальний вплив.

14.Негативний зовнішній ефект: новий блок у канві соціального підприємства, що має на меті описати всі негативні зовнішні ефекти, що з'являються в результаті економічної активності соціального підприємства. На цей блок часто не звертають увагу представники класичного бізнесу, але для соціального він важливий через намагання максимально зменшити негативний вплив;

15.Позитивний зовнішній ефект: на противагу до попереднього блоку, діяльність соціального підприємства іноді викликає додатковий зовнішній ефект, який не є прямим наслідком продажу запропонованого товару або послуги.

Соціальні підприємства використовують різні бізнес-моделі для досягнення власних цілей. Охарактеризуємо основні з них та практичний досвід їх застосування в вітчизняних соціальних підприємствах.

1.Модель працевлаштування соціально виключених груп населення. Передбачає, що соціальні підприємства створюють можливості та працевлаштовують людей з вразливих категорій [3]. Таку бізнес-модель успішно використовують відомі соціальні підприємства (Veterano.pizza, Музей у темряві «Третя після опівночі», Gudzyk).

Бізнес-складова Veterano.pizza - приготування піци, працевлаштування ветеранів АТО і війни з рф. Місія СП Veterano.pizza - підтримка військових, які вже кілька років захищають наші землі. В нашій піцерії ми підтримуємо захисників України відповідними знижками та соціальними проектами. А ще «Veterano Pizza» має підвішену піцу - для поранених військових, які лікуються в госпіталі.

Бізнес-складова СП Музей у темряві «Третя після опівночі» - єдиний музей в Україні, що проводить екскурсії, концерти та вечери у темряві за участі незрячих екскурсоводів та музикантів. Місія СП Музей у темряві «Третя після опівночі» - зруйнувати стереотипи про незрячих, збільшити їхнє працевлаштування та доступність мистецтва для всіх.

Бізнес-складова Gudzyk - виготовлення та продаж аксесуарів із фетру. Місія СП Gudzyk - **Об'єднувати**. Старшому та молодшому поколінням є чим ділитись один з одним. У нас багато тем для розмов, нам весело разом, ми можемо бути корисними один одному. Надихати та бути прикладом для спільноти, де вік немає значення.

2.Інноваційна модель. Передбачає, що СП створює нові послуги у певній сфері, створює соціально значущі продукти, що вирішують соціальну проблему і генерують прибуток. Цю модель активно використовують Re:ban, «КАРДІОМО ЮКРЕЙН».

Бізнес-складова Re:ban - соціальне підприємство, яке дає друге життя використаним банерній тканині, відшиваючи з неї стильні крафтові вироби: торбинки, чохла, шопери, косметички, пенали, обкладинки для документів. Місія СП Re:ban - зроби свій світ яскравішим - оберігай його красу разом з Re:ban.

«КАРДІОМО ЮКРЕЙН» - це соціальне підприємство, якому належить український винахід «Cardiomo» - маленький портативний пристрій, що вимірює електрокардіограму пацієнтів і може повідомити про небезпечні зміни серцебиття. «Розумний» пристрій фіксує показники серцевої діяльності, артеріального тиску, і створює записи ЕКГ в режимі реального

часу. Бізнес-складова «КАРДІОМО ЮКРЕЙН» - продаж інноваційних пристроїв моніторингу роботи серця. Місія СП «КАРДІОМО ЮКРЕЙН» - порятунок життя людини, що має серцево-судинні захворювання.

3.Змішана модель. Передбачає, що СП працевлаштовує менше 50% працівників із вразливих верств населення і передає не менше 10 % прибутку на вирішення соціальної проблеми [4]. Такий підхід використовують «Ясна річ», «Горіховий Дім», «Голландська пекарня 21.3».

«Ясна річ» - це харківська благодійна крамниця, яка приймає одяг у доброму стані та продає його або передає іншим благодійним організаціям, що допомагають людям у скруті. \ У крамниці працюють лише жінки зі вразливих груп: переселенки, багатодітні мами, літні жінки. Бізнес-складова - повторний продаж товарів широкого вжитку. Місія - соціальна інтеграція та працевлаштування людей у складних обставинах, зменшення текстильних відходів

Пекарня-кондитерська «Горіховий дім – одне з перших соціальних підприємств у сучасній Україні. 40% від прибутку СП стало скеровує на соціальні проекти Фонду «Горіховий дім», зокрема на потреби притулку для жінок, які опинилися у кризових ситуаціях. У Центрі інтегральної опіки їм допомагають відновитися, повірити у себе, опанувати професію та знайти засоби для заробітку, щоб повернутися до повноцінного життя із новими силами. Бізнес-складова - виготовлення та реалізація кондитерських виробів та страв. Місія пекарні-кондитерської «Горіховий дім» - подолання бідності в українському суспільстві.

Соціальне підприємство «Голландська пекарня 21.3» - це пекарня, яка 25% від прибутку передає на розвиток освітнього проекту “Перспектива 21.3”. Бізнес-складова «Голландська пекарня 21.3» - виробництво хлібобулочних та кондитерських виробів. Місія - навчати молодих людей із порушеннями інтелектуального розвитку необхідним для майбутнього працевлаштування навичкам.

4. Соціальні послуги. Модель передбачає продаж соціальними підприємствами соціальних послуг. Закон України «Про соціальні послуги» визначає механізм роботи такої бізнес-моделі і перелік послуг. За цією моделлю працює соціальне підприємство - центр реабілітації «Гармонія».

Вінницький центр реабілітації для дітей та молоді з функціональними обмеженнями «Гармонія» - це заклад денного перебування для людей віком від 7 до 35 років, які мають порушення опорно-рухового апарату. Тут є платні групи психологічної взаємодтримки, групи з трудотерапії та соціальної адаптації, курси з англійської мови, гри на гітарі, йоги, танців на візках, підготовка до школи для дітей з інвалідністю, послуги інклюзивного таксі. Бізнес-складова СП «Гармонія» - продаж соціальних послуг державі і надавати їх людям, що належать до вразливих груп. Місія СП «Гармонія» - соціальна адаптація людей із функціональними обмеженнями.

5. Генерування прибутку. Модель передбачає, що соціальне підприємство спрямовує фіксований % прибутку на вирішення соціальної проблеми [2]. Цю модель ефективно використовують Urban Space 100 та Urban Space 500.

Urban Space 100 - соціальне підприємство у форматі громадського ресторану. Це також майданчик, де кожен може провести свою подію або просто відпочити. 80 % чистого прибутку ресторану співзасновники щоквартально віддають громадським проектам Івано-Франківська.

Бізнес-складова - ресторанна справа, крамничка сувенірної та крафтової продукції. Місія - створити майданчик для спілкування активних людей, смачно і доступно годувати відвідувачів, на згенеровані прибутки фінансувати громадські проекти розвитку міста, бути успішним прикладом об'єднання громади навколо світлих справ.

Urban Space 500 - соціальне підприємство у форматі громадського ресторану. Це також майданчик, де кожен може провести свою подію або просто відпочити. 80 % чистого прибутку ресторану співзасновники щоквартально віддають громадським проектам Києва. Бізнес-

складова - ресторанна справа, крамничка сувенірної та крафтової продукції. Місія - створити майданчик для спілкування активних людей, смачно і доступно годувати відвідувачів, на згенеровані прибутки фінансувати громадські проекти розвитку міста, бути успішним прикладом об'єднання громади навколо світливих справ.

Отже, розглянуті бізнес-моделі дозволяють створити певне бачення стосовно підходів, які можуть застосовуватись у підприємництві, зокрема і соціальному.

Список використаних джерел

- 1.Валюс Л. Війна в Україні як каталізатор розвитку соціального підприємництва. *Трансформаційна економіка*. 2023. Вип. 2(2). С. 10-15. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-2>.
- 2.Гуцол Д., Якімова Н. Дослідження сучасних моделей соціального підприємництва. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип.58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-8>.
- 3.Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. *Бізнес-інформ*. 2020. № 11.С. 177-185.
- 4.Завадських Г. М., Тебенко В. М., Демко В. С. Соціальне підприємництво та соціальна відповідальність бізнесу: курс лекцій. Запоріжжя: ТДАТУ, 2024. 156 с.
- 5.Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. редакцією к.е.н. А. О. Корнецького. Київ: Фамільна друкарня Huss, 2019. 160 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЇ

Зеленін Ю. М.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської та страхової справи
Міжрегіональної Академії управління персоналом*

Ресурсні фактори мають ключове значення для сталого розвитку металургії. В умовах соціально-економічних змін, що відбуваються, перебудова організаційно-управлінських основ використання ресурсної бази металургії стає важливою передумовою забезпечення стійкості її розвитку на основі ендогенних факторів зростання. Численні наукові дослідження свідчать про те, що, як правило, ті промислові системи, які найбільш повно та ефективно залучають наявний ресурсний потенціал території, є більш стійкими, ніж системи, які використовують лише деяку частину ресурсів. Найбільш повне використання ресурсного потенціалу металургії дозволяє вирішити проблему функціональної надмірності виробничих компонентів усередині регіональної системи, дозволяючи компенсувати нестачу інших компонентів.

Проте дослідження проблематики управління стійким розвитком металургії дозволяє зробити висновок про недостатню методологічну опрацьованість питань формування організаційно-економічного механізму ресурсного забезпечення даного процесу. Більшість досліджень перспективи розвитку металургійних комплексів розглядаються з погляду підвищення ефективності використання вже задіяних у виробничих процесах ресурсів. Можливостям додаткового залучення до цих процесів наявних доступних, але не використовуваних нині ресурсів території приділяється значно менше уваги. При цьому найчастіше акцент робиться на природні та енергетичні ресурси з недостатньою увагою до інших складових ресурсної бази металургії. Тим самим було відчувається очевидна прогалина наукових знань у сфері дослідження перспектив підвищення стійкості розвитку металургії з урахуванням найповнішого використання його ресурсного потенціалу. Ресурсне забезпечення сталого розвитку металургії багато в чому пов'язане з існуючими соціально-економічними