

«VoxPower». Бізнес-складова - виробництво і продаж мобільних енергосистем з сонячними панелями. Соціальна складова - забезпечення енергією віддалених регіонів. Бізнес-модель - інноваційний продукт/послуга. За цією ж моделлю працює українське соціальне підприємство «RE:ban». Бізнес-складова - виробництво і продаж сумок, гаманців, аксесуарів з використаних банерів. Соціальна складова - переробка та вторинне використання банерної сировини, популяризація переробки і перешиття.

3. Модель генерування прибутку. Передбачає, що соціальне підприємство спрямовує фіксований % прибутку на вирішення певної соціальної проблеми. Цю модель реалізують соціальні підприємства Urban Space 100 та Urban Space 500. Бізнес-складова - ресторанна справа, крамничка сувенірної та крафтової продукції. Соціальна складова - 80% прибутку на громадські проекти. Бізнес-модель - оплата за товар.

4. Змішана модель. Передбачає, що соціальне підприємство працевлаштовує менше 50% працівників із вразливих верств населення і передає не менше 10 % прибутку на вирішення соціальної проблеми. Соціальне підприємство «Ясна Річ» успішно реалізовує цю бізнес-модель. Бізнес-складова - повторний продаж товарів широкого вжитку. Соціальна складова - соціальна інтеграція та працевлаштування людей у складних життєвих обставинах, зменшення текстильних відходів. За цією бізнес-моделлю працює СП «Crisis». Бізнес-складова - повторний продаж товарів широкого вжитку. Соціальна складова - соціальна адаптація і працевлаштування безпритульних, навчання їх в Кар'єрному хабі. Бізнес-модель - оплата за товар.

Усі сучасні моделі соціального підприємництва об'єднують спільна мета – вирішення соціальних проблем і підвищення добробуту суспільства. Незалежно від форми чи підходу, соціальні підприємства розглядають свою діяльність як інструмент створення позитивного суспільного впливу [3]. Спільною рисою всіх моделей є прагнення до сталого та ефективного функціонування, яке не залежить від економічної ситуації. Важливу роль у досягненні цієї мети відіграє співпраця з державою, громадським сектором і бізнесом.

Список використаних джерел

1. Богацька Н. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні. Економіка та суспільство. 2023. № 53. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-4>.
2. Бойда С. Соціальне підприємництво як інструмент післявоєнної відбудови економіки України. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-25>
3. Гуцол Д., Якимова Н. Дослідження сучасних моделей соціального підприємництва. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-82>.
4. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. БІЗНЕС ІНФОРМ. 2020. № 11. С. 177-185.

Науковий керівник: Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

МЕТОДИ ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ціль 11: Сталий розвиток міст та спільнот

Зубова Д. О. zubovadasa93@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Соціальне підприємство – це бізнес, який не лише генерує прибуток, а й вирішує важливі соціальні чи екологічні проблеми. Його фінансова стійкість залежить від різних

джерел фінансування, що поєднують комерційні доходи, гранти, соціальне інвестування та державну підтримку. Відсутність системи фінансування проєктів, спрямованих на створення соціальних підприємств, які першочергово орієнтовані на розв'язання соціальних проблем і досягнення соціального ефекту, а не на отримання прибутку, вимагає додаткового дослідження методів залучення фінансових ресурсів та їх упорядкування для реалізації соціальних, екологічних і громадських ініціатив.

На етапі заснування як традиційного, так і соціального підприємства, залучення фінансових ресурсів є однією з ключових проблем. Обмежений доступ до фінансування, відсутність державної підтримки, а також складнощі з отриманням кредитів та позикових коштів значно уповільнюють розвиток підприємницької діяльності. Недостатня кількість інструментів фінансової підтримки, відсутність пільгових програм для соціальних ініціатив та низький рівень зацікавленості інвесторів у фінансуванні соціальних підприємств створюють додаткові бар'єри для їхнього запуску та стійкого функціонування. У таких умовах важливо розробляти нові підходи до залучення капіталу, зокрема через гранти, краудфандинг, соціальне інвестування та партнерство з бізнесом, що дозволить забезпечити сталість соціально орієнтованих бізнесів та сприятиме їхньому подальшому розвитку.

Власні доходи від комерційної діяльності. Це основне джерело фінансування для більшості соціальних підприємств. Вони пропонують товари або послуги, а отримані кошти спрямовують на соціальні ініціативи.

"Горіховий дім" (Україна). Пекарня у Львові, яка працевлаштовує жінок у складних життєвих обставинах. Прибуток від продажу хлібобулочних виробів використовується для підтримки програм соціальної інтеграції.

"Goodwill" (США, міжнародна мережа). Організація, що продає вживаний одяг і товари, а отримані кошти інвестує у програми навчання та працевлаштування малозабезпечених людей.

Гранти та донорська підтримка. Соціальні підприємства часто отримують фінансування від міжнародних організацій, урядів, фондів чи приватних донорів, які підтримують їхню місію.

"Фонд Tabletochki" (Україна). Цей благодійний фонд допомагає дітям, хворим на рак, отримуючи кошти від міжнародних фондів та пожертвувань.

"TOMS Shoes" (США). Компанія, що запустила модель *"Один за один"*: за кожен продану пару взуття інша пара безкоштовно передається дітям із бідних регіонів. Отримує фінансування через партнерські гранти.

Соціальне інвестування та імпакт-інвестиції. Соціальні підприємства можуть залучати капітал від інвесторів, які прагнуть не лише отримати фінансову віддачу, а й позитивно вплинути на суспільство..

"Tony's Chocolonely" (Нідерланди). Шоколадний бренд, який бореться з рабством у виробництві какао. Отримує підтримку від соціальних інвесторів, що фінансують етичні бізнеси.

"Big Issue Invest" (Велика Британія). Фонд, що надає кредити та інвестиції соціальним підприємствам, підтримуючи їхній розвиток.

Краудфандинг та спільнокошт. Соціальні підприємства можуть залучати фінансування через спеціалізовані платформи краудфандингу.

"Urban Space 100" (Україна). Соціальне кафе в Івано-Франківську, створене 100 інвесторами, кожен з яких вклав \$1 000. Весь прибуток спрямовується на міські соціальні проєкти.

"Fairphone" (Нідерланди). Компанія, що виробляє екологічно чисті смартфони. Фінансування на початковому етапі отримала завдяки успішній кампанії на платформі Kickstarter.

Державна підтримка та податкові пільги. Багато країн підтримують соціальні підприємства через субсидії, податкові знижки або спрощені умови ведення бізнесу.

"Café Joyeux" (Франція). Мережа кафе, де працюють люди з синдромом Дауна та

аутизмом. Держава підтримує бізнес грантами та податковими пільгами.

"Social Enterprise UK" (Велика Британія). Національна асоціація соціальних підприємств, яка лобіює законодавчі ініціативи та забезпечує доступ до державного фінансування.

Соціальні підприємства залучають кошти з різних джерел, поєднуючи бізнес-доходи з грантами, інвестиціями та державною підтримкою. Така модель дає змогу вирішувати важливі суспільні проблеми, зберігаючи фінансову стабільність. Розробка та впровадження спеціального правового регулювання діяльності соціальних підприємств сприятиме їхньому системному розвитку та підвищенню доступності фінансових інструментів. Чітко визначені законодавчі норми дозволять соціальним підприємствам отримувати кращий доступ до грантів, субсидій, пільгових кредитів і програм державної підтримки. Крім того, створення спеціальних механізмів фінансування та стимулювання таких підприємств сприятиме залученню ширшого кола інвесторів, включаючи соціально відповідальний бізнес, венчурних інвесторів та міжнародні фонди. Це, у свою чергу, створить сприятливі умови для активнішої участі громадян у соціальному підприємництві, забезпечить підтримку вразливих верств населення та сприятиме вирішенню важливих соціальних та екологічних проблем. Ефективне правове регулювання також сприятиме популяризації соціального підприємництва, збільшенню рівня довіри до цього сектору з боку держави та суспільства, а також підвищенню його ролі у розвитку економіки, створенні робочих місць та покращенні якості життя вразливих категорій населення.

Список використаних джерел

1. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. *БІЗНЕС ІНФОРМ*. 2020. № 11. С. 177-185. doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-177-185.

2. Найчук-Хрущ М., Щур Т. Роль та значення успішного фінансування проєктів для інноваційного розвитку підприємства (на прикладі підприємства будівельної галузі). *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-88>.

3. Тимоць М. Власні фінансові ресурси як джерело фінансування підприємства. Івано-Франківськ, 2021. С. 282-284. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ff34ec8a-a332-49e8-b7de9dc300646c09/content> (дата звернення 20. 04.2025).

4. Шкода А., Масюк Ю. Особливості формування та використання фінансових ресурсів підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. URL: https://www.researchgate.net/publication/358587165_osoblivosti_formuvanna_ta_vikoristanna_finansovih_resursiv_pidpriemstva (дата звернення 20. 04.2025).

Науковий керівник: Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

ВАЛОВИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ ПРОДУКТ – ОСНОВНИЙ МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ ПОКАЗНИК РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Ціль сталого розвитку № 8: Гідна праця та економічне зростання

Катанцев К. В. kkvml1@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

На регіональному рівні узагальнюючим показником, який характеризує рівень розвитку економіки регіону, є валовий регіональний продукт (ВРП). Розрахунок ВРП має велике значення для управління регіоном, оскільки він є показником економічного зростання, ефективності використання потенціалу регіону і залучених ресурсів. У зв'язку із цим питання формування валового регіонального продукту та його використання усе більше набувають