

Секція 4. Командоутворення та фандрайзинг у соціальному підприємстві

Артеменко С. Б.,

заступник завідувача кафедри соціології,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

Піщикова К.А.,

студентка I-го курсу, спеціальності «Економічна кібернетика»

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

Особливості фандрайзингу у соціальному підприємстві України

В сучасних умовах реалізація соціального підприємництва має велике значення для суспільства, зокрема, в контексті реалізації такої ефективної моделі підприємницької діяльності, що здійснює позитивний вплив на соціальну сферу загалом. У сучасній науці практично недослідженими виступають інструменти для створення та ведення ефективного соціального бізнесу, тому метою даного дослідження є аналіз методів ведення та визначення ступеня корисності соціального підприємництва для вітчизняного соціуму.

Соціальне підприємництво визначається як нова модель діяльності, що в пріоритеті здійснює позитивний вплив на суспільний розвиток, і приносить для індивідів певний дохід. Фактично це певна можливість працювати на користь суспільства та з користю для самого себе. Соціальне підприємництво покликане, перш за все, перетворювати суспільство на краще, удосконалювати життя та діяльність людей у сферах освіти та охорони здоров'я, сім'ї та дитинства, спорту та дозвілля, реабілітації людей з обмеженими можливостями, працевлаштування, екології тощо. Ідеї соціальних

підприємців є досить зрозумілими, етичними та корисними для суспільства. Вони спираються на широку підтримку людей, що поділяють їх та прагнуть реалізовувати їх у житті.

Соціальним бізнесом можна вважати серію кросівок «Adidas» для людей з проблемами опорно-рухового апарату, партію дешевих вітамінізованих йогуртів «Danon» для Азії, дешеві протимоскітні сітки BASF. Прикладом соціального підприємництва на Україні може стати асоціація «Світ. Краса. Культура», яка створює робочі місця по всій нашій державі для незабезпечених жінок, які перебувають у важких життєвих обставинах.

Якщо розглянути приклади успішних соціальних підприємств в Україні, то складно простежити певну найпопулярнішу сферу діяльності. Бізнеси, які створювалися для працевлаштування вразливих груп населення, враховували освіту, кваліфікацію, професійні навички цих людей, тому можна побачити розмаїття ідей, починаючи від виробництва продуктів харчування до надання бухгалтерських послуг [1]. Для соціального підприємництва характерним є впровадження системи фандрайзингу, що передбачає роботу із залучення коштів громадян, бізнесу або держави в некомерційний сектор, у тому числі на благодійність та соціальне підприємництво [2, с. 3].

На сьогодні існує дуже багато способів використання інструментів фандрайзингу. Серед них можна виділити: подача заявок на гранти, спеціальні заходи зі збору коштів, а саме концерти, спортивні змагання, аукціони, фінансування за програмами міжнародних організацій та участь у різних суспільних проектах.

Звісна річ, під час фандрайзингової діяльності соціальний підприємець повинен потурбуватися про те, щоб спонсор й надалі прагнув надавати кошти для здійснення діяльності такого типу. При цьому діяльність соціальних компаній ґрунтується на принципах самоокупності, фінансової стійкості та інноваційності. Мета соціального підприємництва – не локальне рішення одиничного питання, а досягнення якісно нового рівня у профілактиці та вирішенні соціально значущих проблем.

Науковці переконані, що саме соціальне підприємництво володіє найбільш високим рівнем віддачі на одиницю вкладених коштів. Максим Залевський, куратор Зеленої Школи стверджував: «Коли у бізнесі є соціальна складова, то люди, клієнти його краще сприймають. Наприклад, якщо пропонується не просто доставка піци, але й збір коробок від піци на переробку».

Проте в сучасних умовах побудувати рентабельний соціальний бізнес – завдання не з легких. Існує низка вагомих причин, через які розвиток соціальних підприємств потерпають невдачі. Першою із них є неадекватність критеріїв оцінювання власного проекту для підприємця, а також відсутність зацікавленості з боку спонсора. Друга – фандрайзинг іноді потребує вкладення більше ресурсів, ніж у результаті буде отримано. Поряд із проблемою вибору невідповідних донорів поширеною є некомпетентність й неспроможність особи правильно організовувати процедуру пошуку спонсорів. Проте у нас час найпоширенішою причиною невдач є ігнорування ризиків і непередбачених обставин [3].

Отже, соціальне підприємництво у вітчизняному соціумі сприяє розвитку економічної сфери, завдяки можливостям створення робочих місць і нових форм зайнятості. При цьому, як і будь-який бізнес, соціальне підприємництво вимагає від підприємця швидкої реакції та реалізації нестандартного мислення. В Україні даний вид підприємництва набуває все більшої популярності серед громадських організацій як ефективний механізм вирішення локальних соціально-економічних проблем територіальних громад. Все ж перехід соціального підприємництва на якісно новий рівень в Україні потребує налагодження міжсекторальної співпраці між органами державної влади та місцевого самоврядування, і вимагає більш детального наукового вивчення.

Список використаних джерел:

1. Ідеї для бізнесу. Соціальне підприємництво. [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://msb.aval.ua/news/?id=26158>.

2. Соломянюк Н. М. Фандрайзинг як технологія реалізації соціального плану маркетингу / Н. М. Соломянюк. // Національний університет харчових технологій. – 2014. – №31. – С. 8.

3. Чернявська О. В. Фандрайзинг [Електронний ресурс] / О. В. Чернявська, А. М. Соколова – Режим доступу до ресурсу: http://pidruchniki.com/1589031552755/ekonomika/vidi_resursiv_dodatkov_i_dzherela_finansuvannya_fandrayzingovoyi_diyalnosti_mozhlivi_formi_pidtrimki.

Білошанка В.С. ,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри банківської справи
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

До питання про ефективність командоутворення в соціальному підприємництві

Соціальне підприємництво – це перспективна для бізнесу ніша, оскільки в Україні багато проблем соціального характеру, які треба вирішувати. Сама по собі ідея соціально значимого проекту не гарантує успіху. Якщо підприємець не підкований комерційно, а прийшов зі сфери благодійності, шанси на успіх незначні. Протриматися такому проекту «на плаву» без цинічного менеджера і чіткої економічної складової неможливо.

Соціально значущі проекти легко просувати. Вони подобаються людям, тому підприємцям легше знайти клієнтів і помічників. Соціально значущі проекти одночасно є і бізнесом, і філантропією,

Оцінити ефективність вкладень в соціальні проекти вкрай важко. У разі соціальних інвестицій ми не можемо сказати, що завдяки їм компанія заощадила ґ мільйонів гривень. Але істотний репутаційний виграш тут точно є.