

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

методичні рекомендації до практичних занять
для студентів спеціальності
231 «Соціальна робота»
другого рівня освіти

Обговорено і рекомендовано
на засіданні кафедри
соціальної роботи
Протокол №9
від 13 січня 2022 р.

Чернігів – 2022

УДК 364-78

Соціальне підприємництво. Методичні рекомендації до практичних занять для студентів спеціальності 231 «Соціальна робота». » / Укладач: Нагорна Н.С. – Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2022.– 44с.

Укладач: Нагорна Н.С.

Рецензенти: Ревко Альона Миколаївна, д.е.н., доцент

Відповідальний за випуск: Коленіченко Тетяна Іванівна, канд.педагог. наук, доцент

У методичних рекомендаціях представлено основний зміст курсу «Соціальне підприємництво». Надано методичні рекомендації для оптимізації роботи здобувачів вищої освіти при підготовці до практичних занять. До кожної теми складено перелік літератури, яка дозволяє знайти відповіді на теоретичні питання й підготуватися до виконання практичних кейсів. Для перевірки рівня засвоєння знань з курсу розроблено й запропоновано контрольні запитання до тем.

Методичні рекомендації розроблено для студентів, які навчаються за спеціальністю 231 «Соціальна робота» другого (магістерського) рівня вищої освіти.

УДК 364-78

ЗМІСТ

Передмова	5
1. Програма навчальної дисципліни «Соціальне підприємництво»	7
1.1 Теми практичних занять	9
1.2 Поточний та підсумковий контроль	9
2. Плани практичних занять	11
2.1 Методологічні основи соціального підприємництва	
2.1.1 План	11
2.1.2 Завдання для студентів	11
2.1.3 Питання для самоконтролю	11
2.1.4 Методичні рекомендації	12
2.1.5 Література	12
2.2 Соціально-психологічні підвалини підприємництва. Здатності до підприємницької діяльності у майбутніх фахівців соціальної сфери.	
2.2.1 План	13
2.2.2 Завдання для студентів	14
2.2.3 Питання для самоконтролю	14
2.2.4 Методичні рекомендації	14
2.2.5 Література	15
2.3 Ключові етапи створення моделі соціального підприємства.	
2.3.1 План	16
2.3.2 Завдання для студентів	17
2.3.3 Питання для самоконтролю	18
2.3.4 Методичні рекомендації	18
2.3.5 Література	18
2.4 Роль взаємодії у соціальному підприємстві.	

2.4.1 План	19
2.4.2 Завдання для студентів	20
2.4.3 Питання для самоконтролю	20
2.4.4 Методичні рекомендації	21
2.4.5 Література	22
2.5 Фінансові аспекти діяльності соціального підприємства	
2.5.1 План	22
2.5.2 Завдання для студентів	23
2.5.3 Питання для самоконтролю	23
2.5.4 Методичні рекомендації	23
2.5.5 Література	24
2.6 Маркетинг соціального підприємства	
2.6.1 План	25
2.6.2 Завдання для студентів	25
2.6.3 Питання для самоконтролю	26
2.6.4 Методичні рекомендації	26
2.6.5 Література	27
2.7 Особливості оцінки результатів діяльності та подальший розвиток соціального підприємництва	
2.7.1 План	28
2.7.2 Завдання для студентів	28
2.7.3 Питання для самоконтролю	29
2.7.4 Методичні рекомендації	29
2.7.5 Література	30
3. Питання до іспиту.....	40
4. Рекомендована література.....	43

Передмова

Феномен соціального підприємництва дозволяє розкривати потенціал особистості як соціального підприємця, так і представників цільової групи клієнтів соціальної роботи, з якими ведеться робота. Запровадження та розвиток соціального підприємництва в громаді створює сприятливе середовище для налагодження взаємодії ключових стейкхолдерів, має ряд переваг для кожного із них. Відтак, успішне засвоєння даної дисципліни дозволяє майбутньому соціальному працівнику на основі аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду розробити та опрацювати власну ідею соціального підприємства, підвищити рівень власної економічної культури.

Метою навчальної дисципліни **«Соціальне підприємництво»** є набуття здобувачами вищої освіти знань з теоретико-методологічних та прикладних аспектів розвитку та функціонування соціального підприємництва, формування професійних компетенцій щодо етапів планування соціального підприємства.

Під час вивчення дисципліни здобувач вищої освіти (ЗВО) має набути або розширити наступні загальні (ЗК) та спеціальні (СК) компетентності, передбачені освітньою програмою:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 6. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

СК 2. Здатність до виявлення соціально значимих проблем і факторів досягнення соціального благополуччя різних груп населення.

СК 10. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість задля вирішення соціальних проблем через запровадження соціальних інновацій.

Основним завданнями вивчення дисципліни **«Соціальне підприємництво»** є:

1. Ознайомлення студентів з міждисциплінарним багатоаспектним різнорівневим аналізом сутності соціального підприємництва, підходами до розробки моделі СП

2. Опрацювання образу соціального працівника-підприємця.

3. Формування професійних компетенцій щодо розробки проектів соціального підприємства.

Під час вивчення дисципліни ЗВО має досягти або вдосконалити наступні програмні результати навчання (ПРН), передбачені освітньою програмою:

- ПРН1. Володіє знаннями розв'язувати складні задачі і проблеми, що потребують оновлення й інтеграції знань в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог.
- ПРН5. Володіє знаннями збирати та здійснювати кількісний і якісний аналіз емпіричних даних.
- ПРН6. Володіє знаннями самостійно й автономно знаходити інформацію необхідну для професійного зростання, опанувати її, засвоювати та продукувати нові знання, розвивати професійні навички та якості.
- ПРН8. Володіє знаннями автономно приймати рішення в складних і непередбачуваних ситуаціях.
- ПРН9. Володіє знаннями виконувати рефлексивні практики в контексті цінностей соціальної роботи, відповідальності, у тому числі, для запобігання професійного вигорання.
- ПРН10. Володіє знаннями аналізувати соціальний та індивідуальний контекст проблем особи, сім'ї, соціальної групи, громади, формулювати мету і завдання соціальної роботи, планувати втручання в складних і непередбачуваних обставинах відповідно до цінностей соціальної роботи.
- ПРН13. Володіє знаннями демонструвати ініціативу, самостійність, оригінальність, генерувати нові ідеї для розв'язання завдань професійної

діяльності.

- ПРН15. Володіє знаннями розробляти критерії та показники ефективності професійної діяльності, застосовувати їх і оцінюванні виконаної роботи, пропонувати рекомендації щодо забезпечення якості соціальних послуг та управлінських рішень.
- ПРН17. Володіє знаннями самостійно будувати та підтримувати цілеспрямовані, професійні взаємини з широким колом людей, представниками різних спільнот і організацій, аргументувати, переконувати, вести конструктивні переговори, результативні бесіди, дискусії, толерантно ставитися до альтернативних думок.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основні категорії, особливості, принципи та закони розвитку суспільних систем, екосистеми соціального підприємництва;
- якісні та кількісні критерії та показники розвитку соціального підприємства;
- досвід розвитку соціального підприємництва в Україні та світі;
- економічні, соціально-політичні, соціально-психологічні перепони розвитку соціального підприємництва на вітчизняних теренах;
- етапи планування соціального підприємництва.

вміти:

- аналізувати віхи розвитку соціального підприємництва як компоненту розбудови громадянського суспільства;
- відрізняти типи соціальної активності громадян, що не є соціальним підприємництвом за своїм сутнісним змістом;
- розробляти план розвитку ідеї соціального підприємства.

Програма навчальної дисципліни «Соціальне підприємництво»

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади соціального підприємництва.

Тема 1. Методологічні основи соціального підприємництва

Сутність та ключові характеристики соціального підприємства. Базові відмінності соціального підприємництва від соціально-бізнесової діяльності. Моделі соціального підприємництва. Основні віхи розвитку соціального підприємництва в Україні. Світовий досвід впровадження концепції соціального підприємництва.

Тема 2. Соціально-психологічні підвалини підприємництва. Здатності до підприємницької діяльності у майбутніх фахівців соціальної сфери.

Поняття економічної соціалізації особистості, де- та ресоціалізація. Економічна культура соціального працівника. Підприємливість особистості як професійна якість. Типи економічної соціалізації особистості.

Змістовний модуль 2. Праксеологічні основи соціального підприємництва.

Тема 3. Ключові етапи створення моделі соціального підприємства.

Сутність планування соціального підприємства. Аналіз ключових етапів: модель Canvas. Пошук ідеї та соціальних можливостей для майбутнього підприємства. Визначення місії та візії соціального підприємства.

Тема 4. Роль взаємодії у соціальному підприємстві.

Сутність та види ключових осіб у роботі соціального підприємства. Особливості формування команди. Роль та специфіка залучення інвесторів (акціонерів) соціального підприємства. Вимоги до партнерів соціального підприємства. Клієнтська аудиторія: споживачі виготовленого товару / послуги та вразлива категорія населення.

Тема 5. Фінансові аспекти діяльності соціального підприємства

Загальні уявлення про потреби соціального підприємства та його ресурси. Особливості бізнес-планування. Бюджет соціального підприємства: доходи та видатки. Собівартість та витратність продукції соціального підприємства. Уявлення про точку беззбитковості.

Тема 6. Маркетинг соціального підприємства

Загальні уявлення про соціальний та бізнес-маркетинг. Складові маркетингового процесу. Розробка маркетингового комплексу: вигляд продукції, виробництво, промоушен та реклама.

Тема 7. Особливості оцінки результатів діяльності та подальший розвиток соціального підприємництва

Критерії успішності соціального підприємства. Вимірювання соціальної цінності діяльності. Зростання та розвиток соціального підприємства. Стратегія виходу із бізнесу.

Тема 8. Освіта із соціального підприємництва.

Формальна та неформальна освіта із СП. Специфіка бізнес-інкубаторів, акселераторів та шкіл із СП. Фандрайзинг можливостей для розвитку СП.

1.1. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Методологічні основи соціального підприємництва	2
2	Соціально-психологічні підвалини підприємництва. Здатності до підприємницької діяльності у майбутніх фахівців соціальної сфери.	2
3	Ключові етапи створення моделі соціального підприємства.	2
4	Роль взаємодії у соціальному підприємстві.	2
5	Фінансові аспекти діяльності соціального підприємства	2
6	Маркетинг соціального підприємства	2
7	Особливості оцінки результатів діяльності та подальший розвиток соціального підприємства	2
	Разом	14

1.2. Поточний та підсумковий контроль

Оцінювання знань ЗВО здійснюється відповідно до Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Національного університету «Чернігівська політехніка», погодженого вченою радою НУ «Чернігівська політехніка» (протокол № 6 від 31.08.2020 р.) та затвердженого наказом ректора НУЧП від 31.08.2020 р. №26.

З дисципліни здобувач вищої освіти може набрати до 70 % підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру і до 30 % підсумкової оцінки – на екзамені.

Якщо здобувач вищої освіти виконав всі види робіт протягом семестру, то він, за бажанням, може залишити набрану кількість балів як підсумкову оцінку і не складати екзамен.

Поточний контроль реалізується у формі опитування, захисту практичних робіт, виступів на семінарських заняттях, експрес-контролю, перевірки результатів виконання різноманітних індивідуальних завдань, контролю засвоєння навчального матеріалу, запланованого на самостійне опрацювання здобувачами вищої освіти та інших формах, передбачених робочою навчальною програмою з дисципліни.

Проміжний контроль реалізується у формі контрольних робіт (тестів), які проводяться протягом тижня після вивчення матеріалу за завершеною частиною дисципліни на практичному, семінарському або в інший час, вільний від аудиторних занять (у тому числі й за допомогою технологій дистанційного навчання з використанням електронної бази навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін у системі управління навчанням Moodle).

Перездача пропущених без поважних причин проміжних контрольних робіт (тестів) або з метою підвищення кількості набраних балів упродовж семестру не дозволяється.

2. Теми практичних занять

2.1. Методологічні основи соціального підприємництва

Основні поняття: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, соціальний підприємець, громада, територіальна громада.

2.1.1. План:

1. Аналіз сутності ключових понять: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, соціальний підприємець.
2. Характеристика рис соціального підприємництва в Україні.
3. Аналіз вектору форм соціальної активності громадян.
4. Моделі соціального підприємництва.

2.1.2. Завдання для студентів:

Творчі завдання:

1. З огляду на вивчений матеріал, напишіть есе на тему: «Зв'язки соціальної роботи та соціального підприємництва».
2. Знайдіть проект ЗУ «Про соціальні підприємства» та проаналізуйте даний документ. Подайте у вигляді таблиці переваги та недоліки введення в дію цього ЗУ.
3. Підготуйте слайд-презентацію, кросворд або тестові завдання (не менше 10 позицій) з даної теми.

Робота в групі: Об'єднати групу у маленькі команди по 4-5 осіб. Кожна команда працює в двох напрямках: аналіз проблем, які на їх думку, наявні в громаді міста Чернігова, а також як саме соціальні підприємства можуть вплинути на ці проблеми.

2.1.3. Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає відмінність між поняттями «соціальне підприємництво» та «соціальне підприємство»?
2. Назвіть характерні риси соціального підприємництва?

3. Чому бізнес у соціальній сфері не є соціальним підприємництвом?
4. Що означає поняття «соціальний продукт»? Чи є бізнес, що виготовляє соціальні продукти, соціальним підприємством?
5. В чому полягає сутність інноваційної моделі соціального підприємництва?
6. Якими ключовими віхами характеризується процес розвитку соціального підприємництва в Україні?

2.1.4. Методичні рекомендації:

Розгляд даної теми слід розпочати з аналізу ключових понять: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, соціальний підприємець. Сформоване уявлення про сутність і відмінності у значенні цих термінів надасть можливість для подальшого заглиблення у тему.

Для розуміння змістовного наповнення феномену «соціальне підприємництво» необхідно вивчити ті характерні риси, що виокремлюють його як явище: соціальна місія, прибутковість, реінвестиція прибутку, демократичне управління.

Третє питання плану варто розглядати, спираючись на аналіз особливостей різних форм соціальної активності: благодійництво, соціальна відповідальність бізнесу, виробництво соціальних продуктів та/або послуг, бізнес у соціальній сфері. Тут необхідно розмежувати у чому полягає схожість та відмінність того чи іншого виду соціальної активності, чому перераховані види діяльності не є соціальним підприємництвом.

Четверте питання теми передбачає дослідження існуючих теоретичних моделей розвитку соціального підприємництва як явища: спонукати до створення може держава, громадянське суспільство або ж соціальне підприємництво може носити інноваційний характер.

Творчі завдання реалізуються за Вашим вибором: Ви можете виконати будь-яке одне або більше завдань. Відтак, підготовка есе вимагає дотримуватись загальних правил написання цього виду письмової роботи: висвітлення проблеми, аргументованість тез, особисте ставлення автора, висновки. Аналіз проекту ЗУ «Про соціальне підприємництво» та побудова схем чи таблиць за ним передбачає аналітичну роботу, розуміння принципу, за яким необхідно дослідити документ, а також формування власної думки щодо окремих положень чи документу в цілому. Які саме положення проекту є, на Вашу думку, сильними чи слабкими його місцями? Чому Ви так вважаєте?

2.1.5. Література:

1. Проект ЗУ «Про соціальні підприємства». [Електронний ресурс]: - Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=10610&skl=7

2. В. Смаль, В. Кокоть Що слід знати про соціальне підприємництво Посібник [Електронний ресурс]: - Режим доступу: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_-_Guide-WEB-1.pdf

3. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с [Електронний ресурс]: - Режим доступу: http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialne-pidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf

4. Сергій Дятленко, Віктор Конопкін, Артем Корнецький, Олена Кучерук, Іван Савицький Соціальне шкільне підприємництво: твій перший стартап: Посібник для учнів 8 (9, 10, 11) класів, батьків та освітян. – К.: ТОВ «ВІ ЕН ЕЙ ПРЕС», 2020. – 184 с.

2.2. Соціально-психологічні підвалини підприємництва. Здатності до підприємницької діяльності у майбутніх фахівців соціальної сфери.

Основні поняття: економічна соціалізація, економічна де соціалізація, економічна ре соціалізація, економічна культура, підприємливість особистості.

2.2.1. План:

1. Економічна соціалізація особистості: аналіз ключових категорій та їх значення.
2. Загальні уявлення про економічну культуру особистості. Економічна культура як складова професійної компетентності майбутніх фахівців соціальної сфери.
3. Особливості підприємницького типу особистості: сутність та диспозиції.
4. Типи економічної соціалізації майбутніх фахівців соціальної сфери.

2.2.2. Завдання для студентів:

Творчі завдання:

1. Висловіть власну думку, у вигляді есе, щодо запропонованого переліку тез.
 - Всі негаразди в суспільстві йдуть від грошей: вони приносять нещастя та зло;
 - Гроші змінюють в гірший бік (псують) людей;
 - Нічого хорошого в грошах немає;
 - Гроші – це лише засіб існування людини в суспільстві;
 - Наявність грошей є показником значимості людини в суспільстві, тобто гроші підносять людину;
 - Гроші роблять життя людини змістовним та щасливим;
 - Заради грошей варто жити.
2. Розробіть схему «Складові економічної культури соціального підприємця». Які компоненти мають в ній бути, окрім «підприємливості»?

3. Підготуйте слайд-презентацію, кросворд або тестові завдання (не менше 10 позицій) з даної теми.

Робота в групі: об'єднати групу на 2 або 4 маленькі команди. Парні номери команд опрацьовують образ класичного бізнесмена, непарні – соціального підприємця. Командам необхідно зобразити ці образи на великому аркуші (A1), використавши характерну атрибутику (зображення одягу, аксесуарів та ін.). Кожна команда має презентувати свій малюнок.

2.2.3. Питання для самоконтролю:

1. Що собою являють поняття: «економічна соціалізація», «економічна десоціалізація», «економічна ресоціалізація»?
2. В чому, на Вашу думку, полягають особливості економічної соціалізації соціального працівника?
3. Наведіть приклади економічної десоціалізації та економічної ресоціалізації особистості. Які відмінності процесу та результатів цих феноменів у соціальних працівників?
4. Що таке економічна культура особистості? Які її особливості у соціальних працівників?
5. Висловіть власну думку щодо того чи має фахівець соціальної роботи мати підприємницький тип особистості? В яких диспозиціях має проявлятися дана професійно-особистісна якість особистості?

2.2.4. Методичні рекомендації:

Вивчення даної теми варто розпочати зі змістовного аналізу ключових понять: економічна соціалізація, економічна десоціалізація, економічна ресоціалізація. Для цього буде доцільним дослідити наукову літературу за тематикою «економічна соціалізація особистості». Доречно

буде подумати над тим, яку роль в процесі становлення особистості (фахівця та клієнта) відіграють процес та результати економічної соціалізації.

Друге питання теми можна висвітлити, дослідивши сутність та змістовні компоненти економічної культури особистості взагалі, та соціального працівника зокрема. При підготовці до даного питання, слід задуматись над тим чи має соціальний працівник мати сформованим певний рівень економічної культури, у чому буде його прояв.

Щодо третього питання, то його розгляд необхідно здійснити крізь призму дослідження поняття підприємливості особистості та особливостей цієї професійно-особистісної якості у фахівця соціальної сфери. Задумайтесь над тим, коли необхідно розпочинати розвивати підприємливість особистості взагалі, соціального працівника зокрема.

Четверте питання має ознайомчо-дискусійний характер: вивчіть результати досліджень з теми та підготуйтеся до дискусії на занятті щодо шляхів переорієнтації студентської молоді зі «споживацько-пасивного типу» в «економічно спрямований тип». Чи доречна така переорієнтація?

Творчі завдання реалізуються за Вашим вибором: Ви можете виконати будь-яке одне або більше завдань. Відтак, підготовка есе вимагає дотримання правил написання даного виду письмової роботи, а також зачіпає морально-етичний та емоційний компоненти Вашої економічної культури. Здійсніть висвітлення теми есе, спираючись на власні переконання та досвід. Формування схеми компонентів економічної культури соціального підприємця передбачає дослідження наукової літератури з теми, аналітичну роботу щодо виокремлення компонентів, а також формування власної думки щодо необхідності включення тієї чи іншої компоненти до структурно-змістового наповнення економічної культури.

2.2.5. Література:

1. Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект / Заг. ред. В. В. Москаленко. – К., 2008. – 336 с.

2. Карамушка Л. М. Психологічні особливості підприємницької діяльності: оцінка підприємцями змісту, основних мотивів, позитивних та негативних сторін підприємницької діяльності / Л. М. Карамушка, Г. В. Гнускіна // Актуальні проблеми психології. – 2012. – Т.1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Вип. 35/36. – С. 107-111.

3. Левицька Н. С. Економічна культура як складова професійної компетентності майбутніх фахівців соціальної сфери / Н. С. Левицька // Актуальні проблеми психології : Зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2013. – Т. X. – Вип. 24. – С. 306 - 315.

4. Левицька Н.С. Особливості типів економічної соціалізації майбутніх фахівців соціальної сфери// Ukraine – EU. Modern Technology, Business and Law: collection of international scientific papers : in 2 parts. Part 2. Societal challenges. Innovation of Social Work. Philosophy. Psychology. Sociology. Environmental Protection. Management and Public Administration. Innovation of Education. Current Issues in the Reformation of the Higher Education System in the Aspect of Ukrainian Eurointegration. Current Issues of Legal Science and Practice. – Chernihiv : CNUT, 2016. – p. 38-41.

5. Міщенко О. О. Економічна культура особистості як результат економічної соціалізації / О. О. Міщенко // Зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / За ред. С. Д. Максименка. – Т. XIII, ч. 1. – К., 2011. – С. 265 - 272.

6. Міщенко О. О. Соціально-психологічні детермінанти економічної культури студентської молоді : дис. на здобуття наукового ступеня канд. психол. наук:19.00.05 / О. О. Міщенко. – К., 2011. – 199 с.

7. Москаленко В. В. Особливості соціально-психологічних чинників економічної культури особистості / В. В. Москаленко // Соціальна психологія. – 2006. – №5 (19). – С. 26-40.

8. Москаленко В. В. Підприємство як предмет дослідження економічної психології / В. В. Москаленко // Актуальні проблеми психології. – Т. 1.: Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / [за ред. Максименка С. Д., Карамушки Л. М.] – К. : Міленіум, 2003. – Вип. 11. – С. 17-20.

9. Москаленко В.В. Економічність та моральність як складові економічної культури особистості/ В.В.Москаленко// Всеукраїнський

психологічний конгрес з міжнародною участю « Особистість у сучасному світі» -К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2014. –с.170-173

10. Пачковський Ю. Ф. Психологія підприємництва: навч. посібник : 3-є вид. / Ю. Ф. Пачковський. – К. : Каравелла, 2007. – 401 с.

11. Соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді: монографія / В.В.Москаленко, О.В.Лавренко, Н.М.Дембицька, І.К.Зубіашвілі [та ін.]; за ред.. В.В.Москаленко – К.: Педагогічна думка, 2015. – 405 с.

12. Robert Sample Six Key Skills for Leaders of Social Enterprises [Електронний ресурс]/ RobertSample // Режим доступу: <http://online.concordia-ny.edu/key-skills-social-enterprise-leadership/>

2.3. Ключові етапи створення моделі соціального підприємства.

Основні поняття: соціальне підприємство, планування соціального підприємства, ідея бізнесу, модель Canvas.

2.3.1. План:

1. Сутність та роль планування соціального підприємства.
2. Аналіз підприємницького процесу. Сутність моделі Canvas.
3. Характеристика способів пошуку сильної ідеї.
4. Вимоги до формулювання місії соціального підприємства.

2.3.2. Завдання для студентів:

Творчі завдання:

1. Подумайте над висловами: «Можна змінити мрію, головне не зрадити їй», «Свідомість людини ставиться до нової ідеї як організм до клітини білку – відторгає її!». Оберіть той вислів, що є ближчим до Вашого світогляду, та напишіть есе, зважаючи на консерватизм та інновації суспільного розвитку.
2. Здійсніть аналіз розвитку ідей соціальних підприємств, що вже працюють на вітчизняному ринку. З чого саме розпочиналась

розробка ідеї? Результати аналітичної роботи представте у вигляді схеми чи таблиці.

3. Підготуйте слайд-презентацію, кросворд або тестові завдання (не менше 10 позицій) з даної теми.

Робота в групі: організувати роботу групи у форматі «Світового кафе». Спочатку кожна команда, сформована ще на семінарі №1 опрацьовує власну ідею (назва соціального підприємства, соціальна місія, ідея соціального впливу). Потім за робочим столом лишається одна людина, а всі інші переходять до наступного і заслуховують ідеї інших команд, доповнюють їх своїми коментарями та конструктивними зауваженнями. Здійснивши декілька переходів, команда повертається за свій стіл.

2.3.3. Питання для самоконтролю:

1. Що таке «соціальне підприємництво»?
2. За якими ознаками можна відрізнити соціальне підприємство від інших форм соціальної активності?
3. Як пов'язані між собою піраміда потреб особистості за А. Маслоу та формування підприємницької ідеї?
4. Поясніть роль технології планування у формуванні ідеї бізнесу.
5. Що таке бізнес-планування?
6. В чому полягають особливості бізнес-моделі Canvas?
7. Які вимоги висуваються до місії соціального підприємства?

2.3.4. Методичні рекомендації:

Підготовку до першого питання варто здійснити через аналіз сутнісних засад технології планування, а також особливостей планування соціального підприємства.

Друге питання можна розкрити шляхом характеристики етапів підприємницького процесу. Доцільно також буде навести приклади та аналогії на кожному кроці. Окрім цього, питання передбачає висвітлення інформації щодо бізнес моделі Canvas: сутність, особливості застосування.

Третє питання семінару ґрунтується на аналізі кейсів соціальних підприємств України та історіях засновників, а також на узагальненні даного досвіду.

В четвертому питанні варто розкрити рекомендації щодо формулювання місії соціального підприємства, навівши приклади для уточнення коректних та некоректних випадків.

Творчі завдання реалізуються за Вашим вибором: Ви можете виконати будь-яке одне або більше завдань. Відтак, підготовка есе вимагає дотримання правил написання даного виду письмової роботи, а також має містити, в даному випадку, особисту позицію щодо природи ідей. Аналіз розвитку ідей соціальних підприємств, що вже працюють на вітчизняному ринку, та побудова схем чи таблиць за ним передбачає розуміння принципу, за яким необхідно дослідити такий досвід.

2.3.5. Література:

1. Волкова М.В. Роль соціального підприємництва у забезпеченні сталого розвитку України / М.В. Волкова, В.С. Шевченко // Соціальна економіка. - 2016. - № 1. - С. 25-29. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_1_5

2. Овсянюк-Бердадіна О.Ф. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації [Електронний ресурс] / О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 6(2). - С. 129-132. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_6\(2\)__33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_6(2)__33)

3. Свинчук А. А. Гармонізація цілей діяльності соціального підприємства / А. А. Свинчук // Бізнес Інформ. - 2016. - № 1. - С. 195-200. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_1_32

4. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с [Електронний ресурс]: - Режим доступу: http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialne-pidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf

5. ФріпСпреклі : Посібник з планування соціального підприємництва [Електронний ресурс] / ФріпСпреклі // LocalLivelihoods, 2011. – 68 с. – Режим доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf

6. Effective Brainstorming Technique / IDEO. URL: <https://www.ideou.com/pages/brainstorming>

7. Spreckley F. Social Audit – A Management Tool for Co-operative Working. Beechwood College. 1981. 45 p. URL: <http://www.locallivelihoods.com/cmsms/uploads/PDFs/Social%20Audit%20-%20A%20Management%20Tool.pdf>

8. 50+ Business models / Board of Innovation. URL: <https://www.boardofinnovation.com/guides/50-business-model-examples/>

9. «Social Enterprise Canvas» (англійська). - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://socialenterpriseinstitute.co/wp-content/uploads/2018/12/Social-Business-Model-Canvas.pdf>

2.4. Роль взаємодії у соціальному підприємстві.

Основні поняття: ключові особи (стейкхолдери), команда, інвестори, партнери, клієнтська аудиторія.

2.4.1. План:

1. Сутність та види ключових осіб у роботі соціального підприємства.
2. Особливості формування команди. Ролі в команді.
3. Роль та специфіка залучення інвесторів (акціонерів) соціального підприємства.
4. Вимоги до партнерів соціального підприємства.
5. Клієнтська аудиторія: споживачі виготовленого товару / послуги та вразлива категорія населення як споживач соціальної місії СП.

2.4.2. Завдання для студентів:

Творче завдання:

1. На основі сформованого списку ключових стейкхолдерів, здійсніть їх розподіл за принципом важливості для розвитку СП: основні, другорядні та третьорядні суб'єкти.
2. Проаналізуйте чинники, від яких, на Вашу думку, залежить формування ефективної команди для соціального підприємства. Ваш аналіз представте у вигляді есе.
3. Підготуйте слайд-презентацію, кросворд або тестові завдання (не менше 10 позицій) з даної теми.

Робота в групі: Продовження роботи в малих групах над розробкою ідеї соціального підприємства. На основі сформованого списку ключових стейкхолдерів необхідно оцінити стан впливу кожного на розвиток соціального підприємства. Для цього потрібно: по-перше, для кожного стейкхолдера необхідно оцінити поточний стан (X). Поточний стан має відображати ставлення до соціального підприємства на даний момент. По-друге, необхідно оцінити бажаний стан ставлення стейкхолдера до соціального підприємства за кожним з них (O). По-третє, необхідно побудувати зв'язки для переходу з поточного до бажаного стану за допомогою стрілок (рух від стану X до стану O). По-четверте, здійснити аналіз можливих дій щодо переходу зі стану X до стану O для кожного стейкхолдера.

Стейкхолдер (ім'я та роль для СП)	Сильна опозиція	Середня опозиція	Нейтралітет	Середня підтримка	Сильна підтримка	Можливі доцільні дії

2.4.3. Питання для самоконтролю:

1. Як Ви розумієте поняття «стейкхолдер»?

2. Хто такі ключові стейкхолдери у розвитку соціального підприємства?
3. Які існують загальні вимоги до формування команди? Які особливості цього процесу у команді СП?
4. Типи ролей у команді: загальний підхід та для соціального підприємства.
5. Хто такі інвестори СП? Як їх залучати?
6. Хто може стати партнером для соціального підприємства?

2.4.4. Методичні рекомендації:

Відповідь на перше питання семінарського заняття варто розпочати з аналізу поняття «стейкхолдер»: суть, особливості в соціальному підприємстві, навести можливу характеристику видів ключових осіб.

Друге питання можна розкрити, дослідивши процеси формування команди, специфіки командоутворення в соціальному підприємстві. Доречним буде також розгляд характеристики ролей у команді.

Наступне питання плану семінару варто аналізувати крізь призму можливих рекомендацій щодо залучення інвесторів СП. Крім цього доцільно розкрити аспект: хто може стати потенційним інвестором СП, в які проєкти інвестори частіше вкладають капітал.

Четверте питання передбачає дослідження особливостей партнерства в соціальному підприємстві. Відтак, варто проаналізувати які підприємства можуть бути партнерами для конкретно Вашого СП (ідею якого Ви опрацьовуєте в команді), які саме процеси візьмуть на себе ці партнери.

Відповідь на п'яте питання слід розкрити як аналіз клієнтської аудиторії: кого і яким чином ми можемо вважати саме споживачем нашого товару / послуги та на кого буде розрахована реалізація нашої соціальної місії.

Творчі завдання реалізуються за Вашим вибором: Ви можете виконати будь-яке одне або більше завдань. Відтак, розподіл списку стейкхолдерів за принципом важливості передбачає групування стейкхолдерів на три категорії: основні, другорядні та третьорядні суб'єкти. Саме вирішуєте хто з них матиме найбільшу вигоду від діяльності СП, а хто – меншу. Щодо другого творчого завдання, то для підготовки есе Вам необхідно, в першу чергу, керуватись принципами написання даного виду письмової роботи; аналіз чинників передбачає висловлення Вашої особистої щодо дієвості того чи іншого чинника формування команди СП.

2.4.5. Література:

1. Фрір Спреклі :Посібник з планування соціального підприємництва [Електронний ресурс] / ФрірСпреклі // Local Livelihoods, 2011. – 68 с. – Режим доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf

2. Leadership in Social Enterprise. How to Manage Yourself and the Team [Електронний ресурс] / Andreas Heinecke. – Режим доступу: http://www.schwabfound.org/sites/default/files/file_uploads/leadership_in_social_enterprise_2014.pdf

3. Social Innovation: A Guide to Achieving. Corporate and Societal Value century [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Social_Innovation_Guide.pdf

4. Павлова С.І. Формування і розвиток проектної команди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/625/1/325.pdf>

5. Як налагодити партнерство: рекомендації для бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://svb.ua/sites/default/files/yak_nalagoditi.pdf

6. Решетник Н.І., Волянська І.В. Сучасні форми та методи партнерських зв'язків у бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/11/110.pdf>

7. Stakeholder Analysis Worksheet [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.creativeproblemsolving.com/tools/stakeholderanalysis_worksheet.pdf

2.5. Фінансові аспекти діяльності соціального підприємства

Основні поняття: потреби, ресурси, бізнес-планування, бюджет, фінансові можливості.

2.5.1. План:

1. Загальні уявлення про потреби соціального підприємства та його ресурси.
2. Особливості бізнес-планування.
3. Бюджет соціального підприємства: доходи та видатки.
4. Фінансові можливості для розвитку соціального підприємництва: аналіз програм та підтримки.
5. Досвід соціальних підприємств України щодо пошуку ресурсів розвитку.

1.5.2. Завдання для студентів:

Творче завдання:

1. Здійсніть розподіл витрат для виготовлення одиниці продукції (товару чи послуги) Вашого соціального підприємства.
2. Підготуйте слайд-презентацію, кросворд або тестові завдання (не менше 10 позицій) з даної теми.

Робота в групі: Продовження роботи в малих групах. Опрацюйте бюджет Вашого соціального підприємства за одним із технологічних процесів: перелік необхідних ресурсів, їх кількість, вартість за одиницю та загальна сума.

2.5.3. Питання для самоконтролю:

1. Що Ви розумієте під поняттям «потреба»? Назвіть види потреб.
2. В чому сутність поняття «ресурси»? Які види ресурсів виділяють?
3. Що собою являє бізнес-план? З яких розділів він складається?

4. Як Ви розумієте поняття «краудфандингові платформи»?
Наведіть приклади в Україні.

2.5.4. Методичні рекомендації:

Відповідь на перше запитання семінару варто розпочати з визначення змістовного наповнення поняття «потреби соціального підприємства» та «ресурси соціального підприємства». Також доцільно проаналізувати можливі кроки для визначення потреб та відповідно необхідних ресурсів для розвитку соціального підприємства.

Друге питання може бути розглянуте як огляд про бізнес-план: що це за документ та з яких розділів складається, навіщо він потрібен, якими бувають бізнес-плани, специфіка бізнес-плану для соціального підприємства.

Третє питання плану передбачає ознайомлення зі структурами доходів та видатків соціального підприємства, їх видами та етапністю настання; формування схеми бюджету СП.

Відповідь на наступне питання висвітлить наявні на даний момент інструменти пошуку ресурсів для започаткування та розвитку СП. Тут варто зазначити про ті програми та конкурси, кредити та платформи, які фінансують саме соціальний бізнес.

П'яте питання засноване на тому досвіді, що мають реальні соціальні підприємці: як саме вони аналізували потреби свого СП, де брали ресурси. Можливі варіанти відповіді: аналіз одного кейсу або комбінація досвіду кількох соціальних підприємств.

Творчі завдання реалізуються за Вашим вибором: Ви можете виконати будь-яке одне або більше завдань. Відтак, розподіл витрат для виготовлення одиниці продукції (товару чи послуги) варто здійснити через розбиття типів витрат на: основний капітал, змінні та постійні витрати (табл. 2.5.1).

Типи витрат

Основний капітал	Змінні витрати	Постійні витрати
Обладнання; Транспортні засоби; Комп'ютери; Офісні меблі; Будівлі; Земельні ділянки.	Сировина; Паливо; Упакування; Праця (працівники неповної зайнятості); Реклама.	Оренда; Податки; Електроенергія (в певних випадках відносять до змінних); Страхування; Заробітна плата; Інше.

2.5.5. Література:

1. ФріпСпреклі : Посібник з планування соціального підприємництва [Електронний ресурс] / ФріпСпреклі // LocalLivelihoods, 2011. – 68 с. – Режим доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf

2. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с [Електронний ресурс]: - Режим доступу: http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialne-pidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf

3. A business planning guide to developing a social enterprise [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/assets/courseware/v1/417c71fab8f139a5b715a0893317fe1e/asset-v1:WNISEF+SE101+2017_T2+type@asset+block/BP-Guide.pdf

4. Antony Bugg-Levine, Bruce Kogut, Nalin Kulatilaka A New Approach to Funding Social Enterprises [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://hbr.org/2012/01/a-new-approach-to-funding-social-enterprises>

5. Jacen Greene, Ames Fellow Funding Your Social Enterprise, Part 1: Grants, Donations and Crowds [Електронний ресурс] / JacenGreene, AmesFellow // SocialEntrepreneurshipat PSU, 2012. - Режим доступу: <https://impactentrepreneurs.wordpress.com/2012/05/10/funding-your-social-enterprise-part-1-grants-donations-and-crowds/>

6. How To Raise Funds Efficiently For A Social Enterprise [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.entrepreneur.com/article/250878>

2.6. Маркетинг соціального підприємства

Основні поняття: маркетинг, бізнес-маркетинг, соціальний маркетинг, маркетингова стратегія, реклама, бренд.

2.6.1. План:

1. Сутнісні основи маркетингової діяльності.
2. Маркетингова стратегія: зміст та зони для дослідження.
3. Компоненти маркетингової стратегії:
 - А. позиціонування товару / послуги;
 - Б. робота з цільовою аудиторією;
 - В. комунікація з ЦА, канали комунікації.

2.6.2. Завдання для студентів:

Творче завдання:

1. За кожним брендом стоїть історія створення того чи іншого продукту/ послуги, що потім проявляється у слогані, символі, кольорах та інших особливостях. Продумайте власну історію щодо ідеї СП, над якою працюєте в групі, або індивідуально.
2. На прикладі роботи конкретного соціального підприємства проаналізуйте канали поширення інформації про його продукцію / послуги та реалізацію соціальної місії. Результати аналізу представте у вигляді схеми.
3. Підготуйте слайд-презентацію, кросворд або тестові завдання (не менше 10 позицій) з даної теми.

Робота в групі: Продовження роботи в малих групах. Охарактеризуйте цільову аудиторію Вашого СП (споживачі та клієнти), визначте канали взаємодії з ними.

2.6.3. Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття маркетинг.
2. Що, на Вашу думку, можна віднести до маркетингової діяльності?

3. З відповідей на які питання варто розпочати розробку маркетингової стратегії?

4. Які види досліджень необхідно провести для розробки ефективної стратегії маркетингу?

5. Надайте характеристику понять: основний продукт, реальний продукт, розширений продукт. Наведіть приклади.

6. Як Ви розумієте сутність поняття «ефективна взаємодія»?

7. Які можуть бути інструменти комунікації з цільовою аудиторією?

8. Назвіть види повідомлень до ЦА.

2.6.4. Методичні рекомендації:

Відповідь на перше питання варто розпочати із аналізу змісту поняття «маркетинг», а також загальної характеристики тих компонентів, що відносяться до маркетингової діяльності.

Даючи відповідь на друге питання плану варто звернути свою увагу на: що собою являє маркетингова стратегія, особливості її побудови, питання, що формують зону її дослідження.

Третє питання можна розкрити, проаналізувавши компоненти маркетингової стратегії: що кожен з них собою являє, в чому полягає їх важливість для загальної картини.

Творчі завдання реалізуються за Вашим вибором: Ви можете виконати будь-яке одне або більше завдань. Відтак, опрацювання історії Вашого особистого бренду варто почати з мотиваційного питання: чому виникло бажання створити конкретний товар чи послугу; розвиток такої історії може доповнюватись оповідкою Ваших кроків-перемог та провалів, порад щодо стійкості незламності та наполегливості. Схему щодо каналів поширення інформації соціальним підприємством про його продукцію / послуги варто розробити на основі аналізу джерел

інформування громадськості про роботу самого СП, його продукцію та соціальну місію.

2.6.5. Література:

1. Фрір Спреклі: Посібник з планування соціального підприємництва [Електронний ресурс] / Фрір Спреклі // LocalLivelihoods, 2011. – 68 с. – Режим доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf

2. Грищенко О.Ф. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства [Електронний ресурс] / О.Ф. Грищенко, А.Д. Нещева // Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_86_98.pdf

3. Сульповар Л. Показники ефективності соціально-орієнтованої маркетингової стратегії підприємства [Електронний ресурс] /Л. Сульповар, Т. Богачова // Режим доступу:<http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/5101>

4. Приходько А.Ф. Маркетинг соціальних послуг [Електронний ресурс] / А.Ф. Приходько // Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/7299/1/Prykhodko.pdf>

5. Identifying target customers for a social enterprise [Електронний ресурс] - Режим доступу:<https://www.marsdd.com/mars-library/identifying-target-customers-for-a-social-enterprise/>

6. Marketing Your Social Enterprise [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.socialenterprisecanada.ca/webconcepteurcontent63/000024540000/upload/Resources/Marketing-Your-Social-Enterprise-%20Social%20Enterprise%20London.pdf>

7. Boschee Jerr Strategic marketing for social entrepreneurs [Електронний ресурс] / JerrBoschee// Режим доступу: <http://www.socialent.org/pdfs/StrategicMarketing.pdf>

8. McGlashan David Selling and marketing your social enterprise [Електронний ресурс] / David McGlashan// Режим доступу: <https://www.the-sse.org/resources/sustaining/selling-and-marketing-your-social-enterprise/>

2.7. Особливості оцінки результатів діяльності та подальший розвиток соціального підприємництва

Основні поняття: соціальна цінність, соціальна місія, вимірювання соціальної цінності, успішність діяльності СП, критерії успішності СП, зростання СП, продуктова диверсифікація.

2.7.1. План:

1. Вимірювання соціальної цінності діяльності СП.
2. Критерії успішності соціального підприємства.
3. Зростання та розвиток соціального підприємства.
4. Стратегія виходу із бізнесу.

2.7.2. Завдання для студентів:

Творче завдання:

1. Обґрунтуйте вибір методів вимірювання соціальної цінності Вашого соціального підприємства. Які саме це будуть методи, які аспекти діяльності вони будуть визначати? Результати напрацювань подайте у таблиці.
2. Розробіть перспективний план розвитку Вашого соціального підприємства. Який сценарій розвитку Ви оберете? Обґрунтуйте власний вибір.
3. Підготуйте слайд-презентацію, кросворд або тестові завдання (не менше 10 позицій) з даної теми.

Робота в групі: Продовження роботи в малих групах. Розробіть анкету щодо вимірювання соціальної цінності Вашого соціального підприємства. Подумайте: які аспекти соціальної активності Вашого СП охопить цей опитувальник; для кого він розрахований. Формуючи питання анкети, користуйтеся загальними правилами побудови анкетних форм.

2.7.3. Питання для самоконтролю:

1. Що являє собою поняття цінність діяльності підприємства? Які є особливості у соціальній цінності діяльності бізнесу / соціального підприємства?

2. Як взаємопов'язані між собою соціальна місія та соціальна цінність діяльності СП?

3. Які існують підходи до вимірювання соціальної цінності СП? В чому їх суть?

4. В чому може проявлятися успішність соціального підприємства?

5. Наведіть приклади загроз для створення соціальної цінності СП? В чому суть їх впливу?

6. Опишіть особливості видів зростання для СП.

7. Охарактеризуйте наявні стратегії виходу з бізнесу.

2.7.4. Методичні рекомендації:

Даючи відповідь на перше питання, варто розкрити сутність понять: соціальна цінність, соціальна місія, вимірювання соціальної цінності. Доречним буде також аналіз підходів до вимірювання соціальної цінності; характеристика індексів, за допомогою яких визначається соціальна цінність; опис загроз для створення соціальної цінності.

Для відповіді на друге питання необхідно охарактеризувати особливості критеріїв успішності соціального підприємства, розкриваючи їх сутність та вплив діяльності соціального підприємства.

Третє питання передбачає аналіз способів зростання та розвитку соціального підприємства. Також тут необхідно визначити можливі ризики на шляху зростання та розвитку, способи їх подолання.

Сутність четвертого питання полягає у розгляді стратегій виходу із бізнесу для соціального підприємства: які є стратегії, в чому їх зміст та який алгоритм дій передбачено.

Творчі завдання реалізуються за Вашим вибором: Ви можете виконати будь-яке одне або більше завдань. Відтак, для обґрунтування вибору методів вимірювання соціальної цінності Вашого СП необхідно визначитись чому саме ці конкретні методи будуть Вами використані, інформацію про що вони Вам нададуть. Таблицю сформуєте, засновуючись на результатах напрацювань. Щодо розробки перспективного плану розвитку Вашого соціального підприємства, необхідно прописати який саме сценарій розвитку Ви передбачаєте, в чому суть розширення діяльності. Означені Вами варіанти необхідно обґрунтувати.

1.7.5. Література:

1. Кейт Т., Рідут Г. 7 кроків до ефективного вимірювання впливу: посібник з вимірювання соціального впливу. «Ін-Фокус Ентерпрайзес Лтд». 2016. 16 с. URL: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/socinnov/7%20Steps%20to%20Effective%20Impact%20Measurement_v3_13.12.16_uk.pdf

2. Kornetskyu A. Соціальне підприємництво: Ефективний інструмент подолання соціальних викликів в Україні? / Social business IN UA. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidpryemnytstvoefektyvnyy-instrument-podolannia-sotsial-nykh-vyglykiv-v-ukraini/

3. Бізнес інкубатор української соціальної академії / Ukrainian social academy. URL: <http://social-academy.com.ua/incubator/>

4. Кравченко Є. Соціальне підприємництво – бізнес із людським обличчям / Ресурсний центр Гурт. URL: <https://gurt.org.ua/news/recent/13430/>

5. Підсумковий звіт за результатами дослідження «Соціальні підприємства в Україні». Київ. 2017. 32 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/0B6DSntNixLtLZHFoTmJ5SIVjS2s/view>

6. Соціальне підприємництво – найкращі кейси, виклики та можливості для громадських організацій / Громадський простір. URL: <https://www.prostir.ua/?focus=prostir-talks-sotsialne-pidpryemnytstvo-kraschikejsy-vyglyky-ta-mozhlyvosti-dlya-hromadskyh-orhanizatsij>

7. Хмарно з проясненнями: підсумки Індексу сталості організацій громадянського суспільства / Громадський простір. URL:

<https://www.prostir.ua/?focus=hmarno-z-proyasnennyamy-pidsumky-indeksu-stalosti-ohs>

8. Bagnoli L., Megali C. Measuring performance in social enterprises. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2011. Vol. 40. Issue 1. P. 149-165.
9. Kushner R. J. Action Research Validation of an Inventory of Effectiveness Measures. *Conference «Nonprofit Organizational Effectiveness and Performance»*. Kansas City. 2002.
10. Kushner R. J., Poole P. P. Exploring structure-effectiveness relationships in nonprofit arts organizations. *Nonprofit Management and Leadership*. 1996. № 7.2. P. 119-136.
11. Measuring effectiveness: A six-year summary of methodology and findings. Arlington, VA: Ashoka, 2006. 24 p.
12. Millar H. Social Return on Investment (SROI) and Performance Measurement. *Public Management Review*. 2012. № 15 (6). P. 923–941.
13. Murphy R. O., Ackermann K. A., Handgraaf M. J. J. Measuring social value orientation. *Judgment and Decision making*. 2011. Vol. 6. Issue 8. P. 771-781.
14. Porter M. E., Hills G., Pfitzer M., Patscheke S., Hawkins E. Measuring shared value: How to unlock value by linking social and business results / FSG. URL: https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Measuring_Shared_Value_57032487-9e5c-46a1-9bd8-90bd7f1f9cef.pdf
15. Raghda E. E. Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*. 2013. Vol. 9. Issue 2. P. 188-209.
16. Wood C., Leighton D. Measuring social value: the gap between policy and practice. *Undercurrent*. 2010. № 2. P. 7-9.

2. Питання до іспиту

1. Аналіз сутності ключових понять: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, соціальний підприємець.
2. Характеристика рис соціального підприємництва в Україні.
3. Аналіз вектору форм соціальної активності громадян, що не є соціальним підприємництвом.
4. Моделі соціального підприємництва.
5. Основні віхи розвитку соціального підприємництва в Україні.
6. Становлення соціального підприємництва в різних країнах світу (за вибором студента: Польща, Велика Британія, США та інші).
7. Досвід соціального підприємництва в Україні та закордоном.
8. Економічна соціалізація особистості: аналіз ключових категорій та їх значення.
9. Загальні уявлення про економічну культуру особистості.
10. Економічна культура як складова професійної компетентності майбутніх фахівців соціальної сфери.
11. Особливості підприємницького типу особистості: сутність та диспозиції.
12. Типи економічної соціалізації майбутніх фахівців соціальної сфери.
13. Підприємництво у соціальній сфері: морально-етичний аспект ринкових відносин.
14. Підприємливість як базисна професійно-особистісна характеристика соціального підприємця.
15. Сутність та роль планування соціального підприємства.
16. Аналіз підприємницького процесу. Сутність моделі Canvas.
17. Характеристика способів пошуку сильної ідеї.
18. Вимоги до формулювання місії соціального підприємства.
19. Опрацювання ідеї соціального підприємства: досвід України та світу.
20. Особливості процесу планування соціального підприємства в різних країнах світу.
21. Бізнес моделювання: сутність та різновиди моделей.
22. Сутність та види ключових осіб у роботі соціального підприємства.
23. Особливості формування команди. Ролі в команді.
24. Роль та специфіка залучення інвесторів (акціонерів) соціального підприємства.
25. Вимоги до партнерів соціального підприємства.
26. Клієнтська аудиторія: споживачі виготовленого товару / послуги та вразлива категорія населення як споживач соціальної місії СП.

27. Діяльність соціальних кооперативів: досвід Польщі та Італії.
28. Основні, другорядні та третьорядні зацікавлені особи у діяльності соціального підприємства.
29. Загальні уявлення про потреби соціального підприємства та його ресурси.
30. Особливості бізнес-планування.
31. Бюджет соціального підприємства: доходи та видатки.
32. Фінансові можливості для розвитку соціального підприємництва: аналіз програм та підтримки.
33. Досвід соціальних підприємств України щодо пошуку фінансових ресурсів розвитку.
34. Особливості оподаткування соціального підприємства в Україні та за кордоном.
35. Податкові пільги для соціальних підприємців.
36. Фінансова документація та звітність.
37. Собівартість та витратність продукції соціального підприємства.
38. Уявлення про точку беззбитковості.
39. Сутнісні основи маркетингової діяльності.
40. Маркетингова стратегія: зміст та зони для дослідження.
41. Позичування товару / послуги як компонента маркетингової стратегії.
42. Робота з цільовою аудиторією як компонента маркетингової стратегії.
43. Комунікація з ЦА, канали комунікації як компонента маркетингової стратегії.
44. Роль соціального медіа маркетингу в просуванні продукту підприємства.
45. Маркетинг соціальних послуг.
46. Складові маркетингового процесу.
47. Розробка маркетингового комплексу: вигляд продукції, виробництво, цінова політика.
48. Роль реклами продукції та підприємства.
49. Вимірювання соціальної цінності діяльності СП.
50. Критерії успішності соціального підприємства.
51. Зростання та розвиток соціального підприємства.
52. Стратегія виходу із бізнесу.
53. Підходи до вимірювання соціальної цінності бізнесу.
54. Показник «Social Return on Investment» як один із методів оцінки соціальної цінності бізнесу.
55. Формальна та неформальна освіта із СП.
56. Специфіка бізнес-інкубаторів, акселераторів та шкіл із СП.
57. Фандрайзинг можливостей для розвитку СП.

58. Досвід соціального підприємства «Горіховий дім».
59. Досвід соціального підприємства «PizzaVeterano».
60. Досвід соціального підприємства «Громадський ресторан Urban Space 100».
61. Досвід соціального підприємства «Благодійний магазин «Ласка»».
62. Досвід соціального підприємства за вибором студента.

3. Рекомендована література

Базова

1. В. Смаль, В. Кочоть Що слід знати про соціальне підприємництво Посібник [Електронний ресурс]: - Режим доступу: [http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social Entrepreneurship - Guide-WEB-1.pdf](http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_-_Guide-WEB-1.pdf)

2. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с [Електронний ресурс]: - Режим доступу: http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialne-pidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf

3. Фрір Спреклі: Посібник з планування соціального підприємництва [Електронний ресурс] / Фрір Спреклі // Local Livelihoods, 2011. – 68 с. – Режим доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf

Допоміжна

1. Проект ЗУ «Про соціальні підприємства». [Електронний ресурс]: - Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=10610&skl=7
2. Бізнес інкубатор української соціальної академії / Ukrainian social academy. URL: <http://social-academy.com.ua/incubator/>
3. Волкова М.В. Роль соціального підприємництва у забезпеченні сталого розвитку України / М.В. Волкова, В.С. Шевченко // Соціальна економіка. - 2016. - № 1. - С. 25-29. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_1_5
4. Грищенко О.Ф. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства [Електронний ресурс] / О.Ф. Грищенко, А.Д. Нещева // Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_86_98.pdf
5. Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект / Заг. ред. В. В. Москаленко. – К., 2008. – 336 с.
6. Карамушка Л. М. Психологічні особливості підприємницької діяльності: оцінка підприємцями змісту, основних мотивів, позитивних та негативних сторін підприємницької діяльності / Л. М. Карамушка, Г. В. Гнускіна // Актуальні проблеми психології. – 2012. – Т.1: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Вип. 35/36. – С. 107-111.

7. Кейт Т., Рідут Г. 7 кроків до ефективного вимірювання впливу: посібник з вимірювання соціального впливу. «Ін-Фокус Ентерпрайзес Лтд». 2016. 16 с. URL: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/socinnov/7%20Steps%20to%20Effective%20Impact%20Measurement_v3_13.12.16_uk.pdf
8. Корнецький А. Соціальне підприємництво: Ефективний інструмент подолання соціальних викликів в Україні? / Social business IN UA. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidpryemnytstvoefektyvnyy-instrument-podolannia-sotsial-nykh-vyklykiv-v-ukraini/
9. Кравченко Є. Соціальне підприємництво – бізнес із людським обличчям / Ресурсний центр Гурт. URL: <https://gurt.org.ua/news/recent/13430/>
10. Левицька Н. С. Економічна культура як складова професійної компетентності майбутніх фахівців соціальної сфери / Н. С. Левицька // Актуальні проблеми психології : Зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2013. – Т. X. – Вип. 24. – С. 306 - 315.
11. Левицька Н.С. Особливості типів економічної соціалізації майбутніх фахівців соціальної сфери// Ukraine – EU. Modern Technology, Business and Law: collection of international scientific papers : in 2 parts. Part 2. Societal challenges. Innovation of Social Work. Philosophy. Psychology. Sociology. Environmental Protection. Management and Public Administration. Innovation of Education. Current Issues in the Reformation of the Higher Education System in the Aspect of Ukrainian Eurointegration. Current Issues of Legal Science and Practice. – Chernihiv : CNUT, 2016. – p. 38-41.
12. Міщенко О. О. Економічна культура особистості як результат економічної соціалізації / О. О. Міщенко // Зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / За ред. С. Д. Максименка. – Т. XIII, ч. 1. – К., 2011. – С. 265 - 272.
13. Міщенко О. О. Соціально-психологічні детермінанти економічної культури студентської молоді : дис. на здобуття наукового ступеня канд. психол. наук:19.00.05 / О. О. Міщенко. – К., 2011. – 199 с.
14. Москаленко В.В. Економічність та моральність як складові економічної культури особистості/ В.В.Москаленко// Всеукраїнський психологічний конгрес з міжнародною участю « Особистість у сучасному світі» -К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2014. –с.170-173

15. Москаленко В. В. Особливості соціально-психологічних чинників економічної культури особистості / В. В. Москаленко // Соціальна психологія. – 2006. – №5 (19). – С. 26-40.
16. Москаленко В. В. Підприємство як предмет дослідження економічної психології / В. В. Москаленко // Актуальні проблеми психології. – Т. 1.: Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / [за ред. Максименка С. Д., Карамушки Л. М.] – К. : Міленіум, 2003. – Вип. 11. – С. 17-20.
17. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації / О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 6(2). - С. 129-132. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_6\(2\)__33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_6(2)__33).
18. Павлова С.І. Формування і розвиток проектної команди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/625/1/325.pdf>
19. Пачковський Ю. Ф. Психологія підприємництва: навч. посібник : 3-є вид. / Ю. Ф. Пачковський. – К. : Каравелла, 2007. – 401 с.
20. Підсумковий звіт за результатами дослідження «Соціальні підприємства в Україні». Київ. 2017. 32 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/0B6DSntNixLtLZHfOTmJ5SIVjS2s/view>
21. Приходько А.Ф. Маркетинг соціальних послуг [Електронний ресурс] / А.Ф. Приходько // Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/7299/1/Prykhodko.pdf>
22. Решетник Н.І., Волянська І.В. Сучасні форми та методи партнерських зв'язків у бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/11/110.pdf>
23. Свинчук А. А. Гармонізація цілей діяльності соціального підприємства / А. А. Свинчук // Бізнес Інформ. - 2016. - № 1. - С. 195-200. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_1_32
24. Соціальне підприємництво – найкращі кейси, виклики та можливості для громадських організацій / Громадський простір. URL: <https://www.prostir.ua/?focus=prostir-talks-sotsialne-pidpryjemnytstvo-kraschikejsy-vyklyky-ta-mozhlyvosti-dlya-hromadskyyh-orhanizatsij>
25. Соціальне шкільне підприємництво: твій перший стартап: Посібник для учнів 8 (9, 10, 11) класів, батьків та освітян. / С. Дятленко, В. Конопкін, А. Корнецький, О. Кучерук, І. Савицький – К.: ТОВ «ВІ ЕН ЕЙ ПРЕС», 2020. – 184 с.

26. Соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді: монографія / В.В.Москаленко, О.В.Лавренко, Н.М.Дембицька, І.К.Зубіашвілі [та ін.]; за ред.. В.В.Москаленко – К.: Педагогічна думка, 2015. – 405 с.
27. Сульповар Л. Показники ефективності соціально-орієнтованої маркетингової стратегії підприємства [Електронний ресурс] /Л. Сульповар, Т. Богачова // Режим доступу:<http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/5101>
28. Хмарно з проясненнями: підсумки Індексу сталості організацій громадянського суспільства / Громадський простір. URL: <https://www.prostir.ua/?focus=hmarno-z-proyasnennyamy-pidsumky-indeksu-stalosti-ohs>
29. Як налагодити партнерство: рекомендації для бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://svb.ua/sites/default/files/yak_nalagoditi.pdf
30. A business planning guide to developing a social enterprise [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/assets/courseware/v1/417c71fab8f139a5b715a0893317fe1e/asset-v1:WNISEF+SE101+2017_T2+type@asset+block/BP-Guide.pdf
31. Antony Bugg-Levine, Bruce Kogut, Nalin Kulatilaka A New Approach to Funding Social Enterprises [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://hbr.org/2012/01/a-new-approach-to-funding-social-enterprises>
32. Vagnoli L., Megali C. Measuring performance in social enterprises. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2011. Vol. 40. Issue 1. P. 149-165.
33. Boschee Jerr Strategic marketing for social entrepreneurs [Електронний ресурс] / JerrBoschee// Режим доступу: <http://www.socialent.org/pdfs/StrategicMarketing.pdf>
34. How To Raise Funds Efficiently For A Social Enterprise [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.entrepreneur.com/article/250878>
35. Identifying target customers for a social enterprise [Електронний ресурс] - Режим доступу:<https://www.marsdd.com/mars-library/identifying-target-customers-for-a-social-enterprise/>
36. Jacen Greene, Ames Fellow Funding Your Social Enterprise, Part 1: Grants, Donationsand Crowds [Електронний ресурс] / JacenGreene, AmesFellow // SocialEntrepreneurshipat PSU, 2012. - Режим доступу: <https://impactentrepreneurs.wordpress.com/2012/05/10/funding-your-social-enterprise-part-1-grants-donations-and-crowds/>

37. Kushner R. J. Action Research Validation of an Inventory of Effectiveness Measures. *Conference «Nonprofit Organizational Effectiveness and Performance»*. Kansas City. 2002.
38. Kushner R. J., Poole P. P. Exploring structure-effectiveness relationships in nonprofit arts organizations. *Nonprofit Management and Leadership*. 1996. № 7.2. P. 119-136.
39. Leadership in Social Enterprise. How to Manage Yourself and the Team [Електронний ресурс] / Andreas Heinecke. – Режим доступу: http://www.schwabfound.org/sites/default/files/file_uploads/leadership_in_social_enterprise_2014.pdf
40. Marketing Your Social Enterprise [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.socialenterprisecanada.ca/webconcepteurcontent63/000024540000/upload/Resources/Marketing-Your-Social-Enterprise-%20Social%20Enterprise%20London.pdf>
41. McGlashan David Selling and marketing your social enterprise [Електронний ресурс] / David McGlashan// Режим доступу: <https://www.the-sse.org/resources/sustaining/selling-and-marketing-your-social-enterprise/>
42. Measuring effectiveness: A six-year summary of methodology and findings. Arlington, VA: Ashoka, 2006. 24 p.
43. Millar H. Social Return on Investment (SROI) and Performance Measurement. *Public Management Review*. 2012. № 15 (6). P. 923–941.
44. Murphy R. O., Ackermann K. A., Handgraaf M. J. J. Measuring social value orientation. *Judgment and Decision making*. 2011. Vol. 6. Issue 8. P. 771-781.
45. Porter M. E., Hills G., Pfitzer M., Patscheke S., Hawkins E. Measuring shared value: How to unlock value by linking social and business results / FSG. URL: https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Measuring_Shared_Value_57032487-9e5c-46a1-9bd8-90bd7f1f9cef.pdf
46. Raghda E. E. Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*. 2013. Vol. 9. Issue 2. P. 188-209.
47. Robert Sample Six Key Skills for Leaders of Social Enterprises [Електронний ресурс]/ RobertSample // Режим доступу: <http://online.concordia-ny.edu/key-skills-social-enterprise-leadership/>
48. «Social Enterprise Canvas» (англійська). - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://socialenterpriseinstitute.co/wp-content/uploads/2018/12/Social-Business-Model-Canvas.pdf>

49. Social Innovation: A Guide to Achieving. Corporate and Societal Value century [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Social_Innovation_Guide.pdf
50. Spreckley F. Social Audit – A Management Tool for Co-operative Working. Beechwood College. 1981. 45 p. URL: <http://www.locallivelihoods.com/cmsms/uploads/PDFs/Social%20Audit%20-%20A%20Management%20Tool.pdf>
51. Stakeholder Analysis Worksheet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.creativeproblemsolving.com/tools/stakeholderanalysis_worksheet.pdf
52. Wood C., Leighton D. Measuring social value: the gap between policy and practice. *Undercurrent*. 2010. № 2. P. 7-9.
53. 50+ Business models / Board of Innovation. URL: <https://www.boardofinnovation.com/guides/50-business-model-examples/>