

Шувар Б.І.

канд. екон. наук, доцент кафедри
підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Львівський національний аграрний університет
м. Дубляни

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО СЕРЕД СТУДЕНТІВ

В умовах постійних пошуків себе перед сучасним студентом постають питання необхідності виявлення проблем, ухвалення самостійних рішень, обов'язок нести за це відповідальність. Окрім того, молодь намагається самореалізуватися у житті через вирішення проблем безробіття, забруднення міст, покращення економічного, екологічного та соціального життя населення, розвиток освіти і культури та ін.

Повагу викликають молоді люди, які прагнуть комерційної самостійності одночасно вирішуючи соціальні проблеми. Будуючи фінансову основу своєї незалежності через працевлаштування під час навчання у ЗВО студенти не забувають про допомогу вразливим групам населення, розвивають соціальні інновації у ринкових умовах.

Сучасний ЗВО не завжди орієнтований на підтримку студентів для самореалізації в їх підприємницьких ідеях, оскільки статутна діяльність навчальних закладів спрямована в основному на здійснення освітньої діяльності. У нашій країні інститут соціального підприємництва знаходиться на початковій стадії розвитку, то ж існують усі передумови для ефективного функціонування соціальних підприємницьких структур та активної участі у них молоді, зокрема студентів.

Науковцями, які вивчають питання соціального підприємництва в Україні та світовий досвід є: З. Галушка, А. Корнецький, О. Кіреєва, А. Курило, Е.Немкович. О. Овсянюк-Бернадіна, Ж.Крисько, М., Куц, А. Мокій, М.Наумова, І. Салій, О. Сандакова та інші. Але недостатньо уваги приділяється вивченню соціального підприємництва серед студентів. У нашій країні інститут

соціального підприємництва знаходиться на початковій стадії розвитку, то ж існують усі передумови для ефективного функціонування соціальних підприємницьких структур та активної участі у них молоді, зокрема студентів.

Як свідчать результати опитування, яке проводилось у другій половині 2019 року серед студентів ЗВО Західної України шляхом інтернет-анкетування, рівень соціальної поведінки серед молоді на сьогодні є задовільним. Так вважає трохи більше половини опитаних. З цим погоджуються як жінки (52,6%) так і чоловіки (51,2%). Проте існує ряд соціальних проблем, які ще потребують вирішення. І цій думці надають перевагу більшість респондентів. Зокрема, погоджуються 61,3% та не погоджуються 38,6%. В розрізі місця проживання, цим в більшості стурбовані студенти з міста. Це пояснюється їх кращою поінформованістю через можливість безперервного доступу до інтернету.

Незважаючи на наявність передумов для розвитку соціального підприємництва, обізнаність студентів, не можна назвати повною, що зумовлено недостатньою популяризацією соціального підприємництва. Лише 25,36% респондентів знають що це таке, решта або однозначно відмовились або сумнівалися у відповіді (47,58% та 27,05% відповідно). Це можна пояснити не лише з браком вільного часу для саморозвитку, але й недостатньо приділеній увазі ЗВО до даної тематики. Про вірність останнього твердження свідчить те, що 67,6% опитаних не отримують знань на цю тему у ЗВО, і лише 32,4% важко відповісти чи навчались цьому в університеті.

Оскільки соціальне підприємництво безсумнівно підвищує якість життя в країні, то підвищення обізнаності про нього серед молоді можуть сприяти як засоби масової інформації, так і самі освітні установи. Органи державної влади також повинні стимулювати цей вид бізнесу, створюючи сприятливі економічні умови, наприклад, низькі відсоткові ставки по кредитах, податкові канікули.

Низька популярність у молоді ідей соціального підприємництва частково стала результатом недостатнього наповнення навчальних курсів майбутніх спеціалістів обговоренням розвитку соціального підприємництва, щоб з студентських лав молодь замислювалася про цей вид бізнесу і знали як і де

взяти доступні ресурси для фінансування проекту. Якщо зараз розпочати популяризувати і просувати ідею соціального бізнесу, то у найближчі роки є всі шанси на покращення соціального становища у тих верствах населення, які зараз знаходяться у скрутному фінансовому становищі.

Попри небажання кожного другого студента займатись соціальним підприємництвом (49,75%), вважаємо, що навіть 22,46% молодих людей, які бажають цим займатись - це маленький вклад у велику справу. Перед останніми відкриваються значні можливості, і не тільки із-за віку, у якому будь-який старт-ап розпочинається із запалом та має всі шанси перейти у справу життя.

Найбільшою перепорою у соціальному підприємстві, як у будь-якому бізнесі, є пошук джерел фінансування. Кредитні ставки в Україні для бізнесу надто високі для молодіжних старт-апів. Тому найоптимальнішим вибором та вигідною альтернативою у пошуках фінансової підтримки є краудфандингові платформи. У разі появи унікальних ідей і проектів, які автори зможуть розрекламувати і запропонувати інвесторам, об'єм залучених фінансових ресурсів буде зростати. Краудфандинг є комплексом нових фінансових продуктів в умовах розвитку цифрової економіки, сприяє впровадженню на фінансових ринках елементів, що визначають формування нового бізнес-середовища, де допомога людям - це не просто духовна потреба, а й діяльність, що приносить прибуток. Безсумнівно, що для соціального підприємництва краудфандингові платформи крім фінансування дають значні переваги:

1) просування проекту за допомогою реклами ще до його реалізації. Якщо люди інвестують гроші в проект, то вони чекають, коли проект буде представлений. Якщо краудфандинг з рекламою, то попит з'являється набагато раніше, ніж якщо рекламувати вже існуючий проект. На початковому етапі велика аудиторія вже знає про нього.

2) краудфандинг дозволяє залучити спонсорів на ранніх стадіях проекту. Цей спосіб інвестування стає все більш популярним. Коли потенційний інвестор бачить, що понад 100 приватних інвесторів вже пожертвували гроші на проект, то і він з найбільшою ймовірністю вкладе свої кошти, а проект буде

реалізований.

3) саме краудфандинг за умови успішної ідеї дозволяє отримати на виході коштів більше, ніж було розраховано спочатку.

4) вивчення краудфандингових платформ дозволяє дізнатися, в чому інвестори зацікавлені, які суми вони готові вкладати у різні проекти. Це також може наштовхнути на створення нової ідеї.

Отже, соціальне підприємництво серед студентів – це не благодичність чи волонтерство. Це бізнес. Бізнес, що направлений на досягнення соціального ефекту. Зачасту він задовольняє попит споживачів з низькими доходами в умовах невисокої конкуренції, при цьому за рахунок інноваційних підходів створює соціальну та економічну цінність для суспільства.

Список використаних джерел

1. Корнецький А., Нагаївська Д. Ю. Соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу: визначення, критерії та регулювання. *Причорноморські економічні студії* . 2016. Вип. 11. С. 204–208. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/46.pdf>

2. Манаєнко І.М., Діденко А.С. Краудфандинг як інноваційний інструмент розвитку бізнесу. URL: <https://www.google.com.ua/search?ei=H8wWWpyZMsnA6QTx-7DICA&q=Манаєнко>

3. Crowd Funding in fo and new ssite. URL: <https://www.crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

4. Massolutionintheir 2015 Crowd funding Industry Report. URL: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industrystatistics>