

**Вищий навчальний заклад «Український Католицький Університет»**

Факультет суспільних наук

Кафедра управління та організаційного розвитку

## **Пояснювальна записка**

до магістерської роботи

освітній ступінь магістр

на тему

«Створення та управління соціальним підприємництвом кав'ярня Щасливі люди»

Виконала: студентка 6 курсу  
групи СУН -18 спеціальності 073  
Менеджмент, освітня програма  
«Управління неприбутковими  
організаціями» Пастернак Марія

Керівник: к.е.н. Клебан Юлія  
Рецензент к.е.н. Корнецький Артем

**ЛЬВІВ – 2020 року**

Пастернак М.В. Створення та управління соціальним підприємництвом кав'ярня «Щасливі люди»: Магістерська робота: (073 «Менеджмент, освітня програма «Управління неприбутковими організаціями») / М.В. Пастернак / Український Католицький Університет. Кафедра управління та організаційного розвитку УКУ; Наук. кер.: Ю. Клебан, к.е.н., Рецензент А. Корнецький, к.е.н. – Львів: УКУ, 2020. – 87с.

**Анотація.** У роботі проаналізовано соціальний захист пенсійного населення України. Розглянуто ситуацію з працевлаштуванням людей пенсійного віку на роботу після виходу на пенсію. Розглянуто заходи соціального підприємства, які існують на території країни, котрі працюють задля залучення літніх людей до економічного та соціального життя міста, а також працюють на покращення їхнього матеріального становища. У роботі створено бізнес модель соціальної кав'ярні «Щасливі люди» та запропоновано фінансову модель такого підприємства.

**Ключові слова:** пенсіонер, працевлаштування людей пенсійного віку, соціальне підприємництво, бізнес модель, соціальний захист.

**Abstract.** Analyzes the social protection of the pension population in Ukraine in the work. The situation with employment of people of retirement age to work after retirement is considered. The measures of the social enterprise existing in the territory of the country, which work to involve the elderly in the economic and social life of the city, and work to improve their financial situation, are considered. The work created a business model of the social café Happy people and proposed a financial model of such an enterprise.

**Keywords:** pensioner, employment of people of retirement age, social entrepreneurship, business model, social protection.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження соціальних проблем демографічного походження.....</b>	<b>9</b>
1.1. Старіння населення як демографічна проблема в Україні і світі.....	9
1.2. Стан соціального захисту осіб похилого віку в Україні.....	19
1.3. Соціальне підприємництво як модель залучення літніх людей до економічної активності.....	26
<b>РОЗДІЛ 2. Розробка бізнес моделі проєкту соціальна кав'ярня Щасливі люди.....</b>	<b>29</b>
2.1. Організаційний план проєкту соціальної кав'ярні.....	29
2.2. Бізнес модель соціальної кав'ярні «Щасливі люди».....	51
2.3.Фінансовий план діяльності соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди».....	56
<b>РОЗДІЛ 3. Управлінські висновки щодо реалізації соціальної кав'ярні «Щасливі люди».....</b>	<b>63</b>
3.1. Критерії оцінки успішності проєкту соціальна кав'ярня «Щасливі люди».....	63
3.2. Оцінка очікуваного соціального впливу на цільову аудиторію соціальної кав'ярні.....	70
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>81</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>86</b>
<b>ДОДАТОК.....</b>	<b>92</b>

## ВСТУП

Просто зараз ми можемо спостерігати за тим, як соціальне підприємство стає актуальним. Це спричинено тим, що в наш час ускладнюються соціальні відносини, а суспільних проблем стає все більше. Класичні механізми вирішення соціальних проблем та налагодження суспільних відносин, вже не ефективні. На сьогоднішній день соціальне підприємство відкривається нам як новий та результативний інструмент для вирішення таких проблем.

Соціальне підприємництво є певною мірою новим видом ведення бізнесу. Новізна полягає в тому, що створення соціального підприємства генерує імпульс до рушійних змін, як у громадянському просторі, так і на просторах класичного бізнесу. Також важливим фактором еволюції такого виду підприємства є те, що він надає можливість неприбутковим організаціям власноруч забезпечувати свою діяльність. Ще важливим фактором діяльності соціального підприємства є те, що при створенні такого формату бізнесу ініціативна група, має на меті вирішити певну проблему на різних рівнях, від глобальних до локальних, охоплюючи будь-яку сферу соціального життя.

В нашій країні соціальне підприємство не є досить розвиненим і часто таке поняття плутають із соціальною відповідальністю бізнесу. Хоча ці поняття не є синонімами. Наразі, соціальне підприємство стає трендом, починає привертати увагу активних людей та відповідальних бізнесменів. А поєднання підприємницьких підходів до ведення такого бізнесу, підносить та покращує соціальне підприємство на новий, кращий рівень розвитку, що суттєво впливає на його розвиток у країні.

В умовах сучасної України, створення саме соціальних підприємств є важливими фактором вирішення складних питань життя. Такий формат підприємства може стати ефективним інструментом подолання різних проблем. Наразі в Україні існують умови для створення ефективного соціального

підприємства. Вводяться нові програми фінансування таких підприємств, хоча законодавчо саме явище: соціальне підприємство не закріплено. Можливості для соціального підприємства є досить широкі, наприклад наявність ресурсів, які не задіяні класичним бізнесом, можна вибрати належну організаційно-правову форму, а також лояльність споживачів до продукту або послуги яку надає соціальне підприємство.

*Актуальність* теми дипломної роботи полягає в тому, що в нашій країні неефективна пенсійна система, яка не дозволяє людям пенсійного віку отримувати гідні пенсійні виплати. Так як в державі налічується досить велика кількість літніх людей, то питання фінансування такої категорії громадян є завжди актуальним. Іншою проблемою, яку варто зазначити, є низький рівень працевлаштування людей пенсійного віку, після виходу на пенсію. У даній дипломній роботі основною метою було розробити шляхи залучення літніх людей до економічної активності в Україні.

*Предмет дослідження* – соціальне підприємництво як інструмент вирішення проблеми залучення літніх людей до економічної активності в Україні.

*Об'єкт дослідження* – є особи похилого віку (літні люди) та їх залучення до економічної активності через соціальне підприємство.

*Мета дипломної роботи* – провести валідацію гіпотези про те, що соціальне підприємство є одним із варіантів вирішення проблеми залучення літніх людей до економічної активності в Україні.

Для досягнення мети дипломної роботи поставлено такі *завдання*:

1. Провести аналіз соціального захисту осіб пенсійного віку в Україні;
2. Визначити які соціальні підприємства вже працюють над форматом інтеграції літніх людей у соціальне життя;
3. Створити бізнес-модель соціального підприємства – кав'ярні «Щасливі люди».

Теоретичною основою дослідження стали монографії, навчальні посібники, наукові статті, наукові дослідження з проблем:

- Актуальності використання соціального підприємства в Україні;
- Старіння населення у світі та у нашій державі;
- Розвитку підприємництва у форматі соціального бізнесу;
- Соціальне підприємство як інструмент вирішення соціальних проблем.

Дослідження проводились на основі системно-функціонального, динамічного та комплексного наукових підходів.

*Дипломна робота складається з:* анотації, вступу, трьох розділів, що включають 8 підрозділів, висновків, списку використаних джерел із 50 найменувань і одного додатку. У текстів дипломної роботи міститься 19 таблиць і 11 рисунків. Загальний обсяг роботи 92 сторінок.

## **Розділ 1. Теоретичні засади дослідження демографічних структур населення.**

### **1.1. Старіння населення як демографічна проблема в Україні і світі**

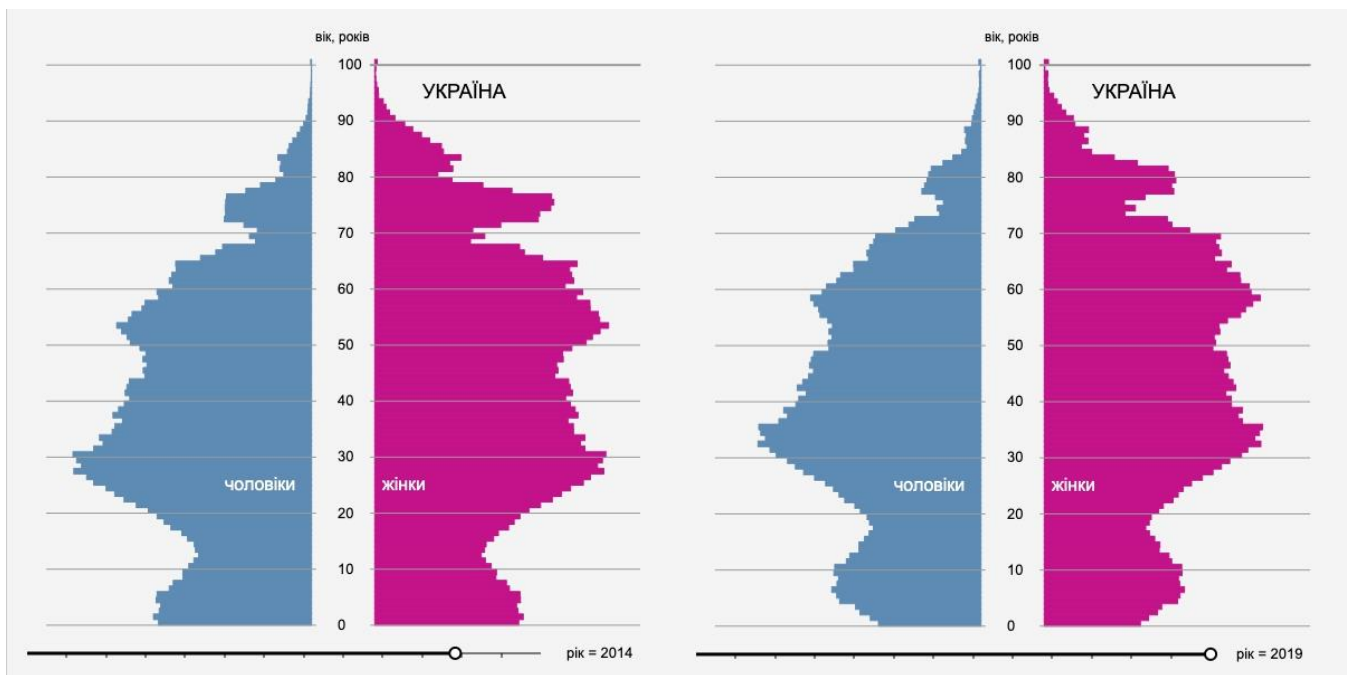
В XXI столітті старіння населення буде робити глибокий вплив на суспільство та потребуватиме підвищеної уваги з боку директивних органів. Як у розвинутих, так і країнах що розвиваються, частка літніх людей в структурі населення збільшується великими темпами. Старіння населення відображає успіхи, досягнуті в процесі розвитку людини, оскільки вони є результатами зниження смертності і збільшення тривалості життя. Старіння населення відкриває нові можливості, пов'язані з активною участю літніх людей як в економічному, так і в соціальному життю країни.

Цей процес є результатом еволюції демографічних процесів – найстійкіший показник довготривалих змін вікового складу населення. Старіння населення також обумовлює виникнення важливих проблем пов'язаних зокрема з забезпеченням життєздатності пенсійної системи, покриттям витрат на систему охорони здоров'я і всебічним використанням потенціалу літніх людей як активних учасників процесу суспільного розвитку.

За даними прогнозу EUROPOP 2010, темпи зростання старіння населення будуть різнитись у країнах Європи. У розвинутих країнах подальше старіння буде проходити повільніше, ніж в постсоціалістичних країнах Європи, у яких внаслідок низьких показників народжуваності та тривалості життя, буде скорочуватись чисельність населення. У 2010 р. рівень старіння в країнах ЄС був нижчим від середнього значення, а за наступні 50 років ситуація зовсім зміниться і всі вони будуть мати рівень старіння набагато вищий від середнього [1]. Великий рівень старіння населення постсоціалістичних країн Європи пояснюють довгою стагнацією показників смертності, низьким рівнем народжуваності та великим міграційними впливом населення.

Україна посідає тридцяте місце з країн світу за показником старіння населення. На тлі чисельного скорочення кількості населення у нашій країні цей показник у найближчі десятиліття зростатиме, адже невдовзі саме особливості старіння населення діятимуть у бік значного збільшення частки людей похилого віку. В такий час потрібні над зусилля для адаптації суспільства до цього глобального процесу змінення демографічних структур аби ситуація не перетворилась на так звану «кризу старіння», яка загрожує країнам з низькою народжуваністю. У останні роки вікова піраміда населення України швидко змінювалась (рис 1.1).

Рис.1.1. Статеву - вікову піраміду станом на 2014 - 2019 роки



Джерело: складено автором за матеріалами [1].

Статеву - віковий склад населення – це результат впливу багатьох факторів, як демографічних (народжуваність, смертність, міграція), так й історичних та соціально - економічних. За останні 12 років, не беручи до уваги щорічне зменшення чисельності населення, депопуляція призупинилась. Перша найбільша пустота в верхній частині піраміди припадає на часи голодомору (1931 - 1934 роки),



після 1935 року відбулось зростання народжуваності і, відповідно, збільшилася чисельність населення.

Надалі відбулася Друга світова війна, як наслідок відлуння демографічної кризи – зменшення людей народжених у 1965 - 1969 роках. У 80-х почалось зростання народжуваності, а в 90-х та на початку 21 століття було зменшення. На початку 2002 року, поступово починає зростати кількість народжених і саме тому це утворює на нижній частині статево - вікової піраміди широку основу.

В останні роки кількість дітей у віці 0-15 років почала зростати. Чисельність населення у віці 16 - 59 років за останні п'ять років зменшилась з 29,3 млн. осіб до 28,4 млн. осіб (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Чисельність населення окремих групових груп за 2010-2014 рр.

Рік	Усього, осіб	А у тому числі, у віці, років			Частка в загальній чисельності населення, %		
		0-15	16-59	> 60	0-15	16-59	> 60
1	2	3	4	5	6	7	8
2010	45782592	6982589	29318566	9741437	15,3	64,0	20,7
2011	45598179	6975669	29090079	9532431	15,3	63,8	20,9
2012	45453282	6993132	28842213	9617937	15,4	63,4	21,2
2013	453372692	7047723	28622908	9702061	15,5	63,1	21,4
2014	45245894	7120088	28375514	9753292	15,7	62,7	21,6

Джерело: складено автором за даними [3].

На початку 2014 року майже кожен сьомий мешканець України перебував у віці 65 років і старше. Водночас частка населення у віці 60 років станом на 1 січня 2018 року 22,9%, а віком 65 років і старше 16,5%. [4].

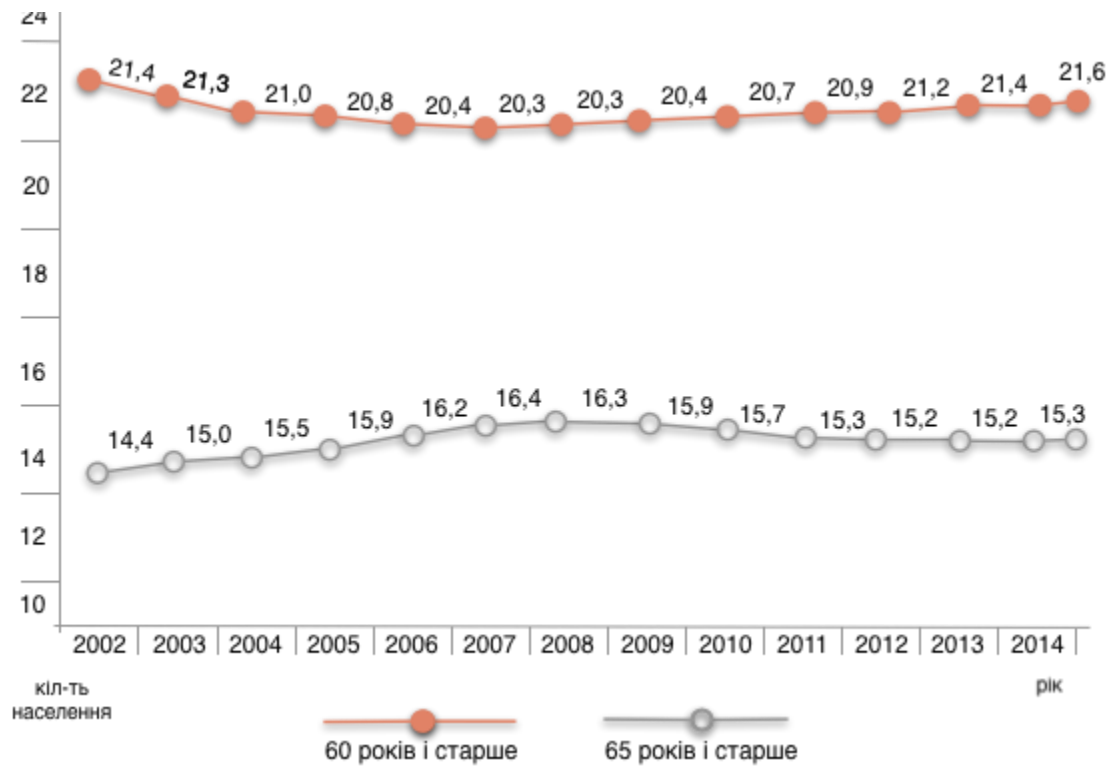


Рис.1.2. Показники старіння населення України.

Джерело: розробка автора за даними Всеукраїнського перепису населення станом на 5 грудня 2001 року [4].

У розрізі областей країни рівень старіння є нерівномірним. Частка осіб у віці 60 років і старше дорівнює 16,3% у Закарпатській області і до 25,5% у Чернігівській.

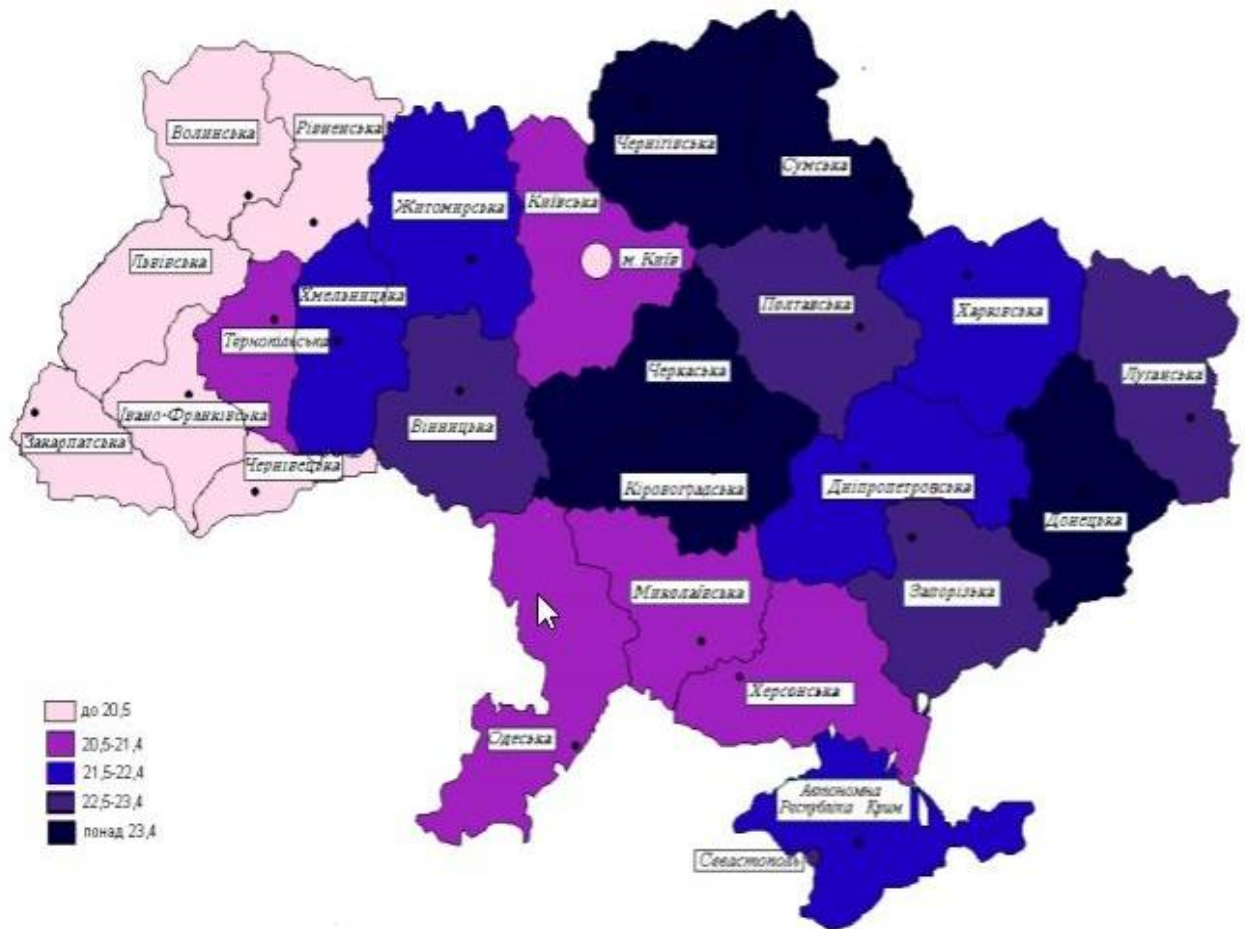


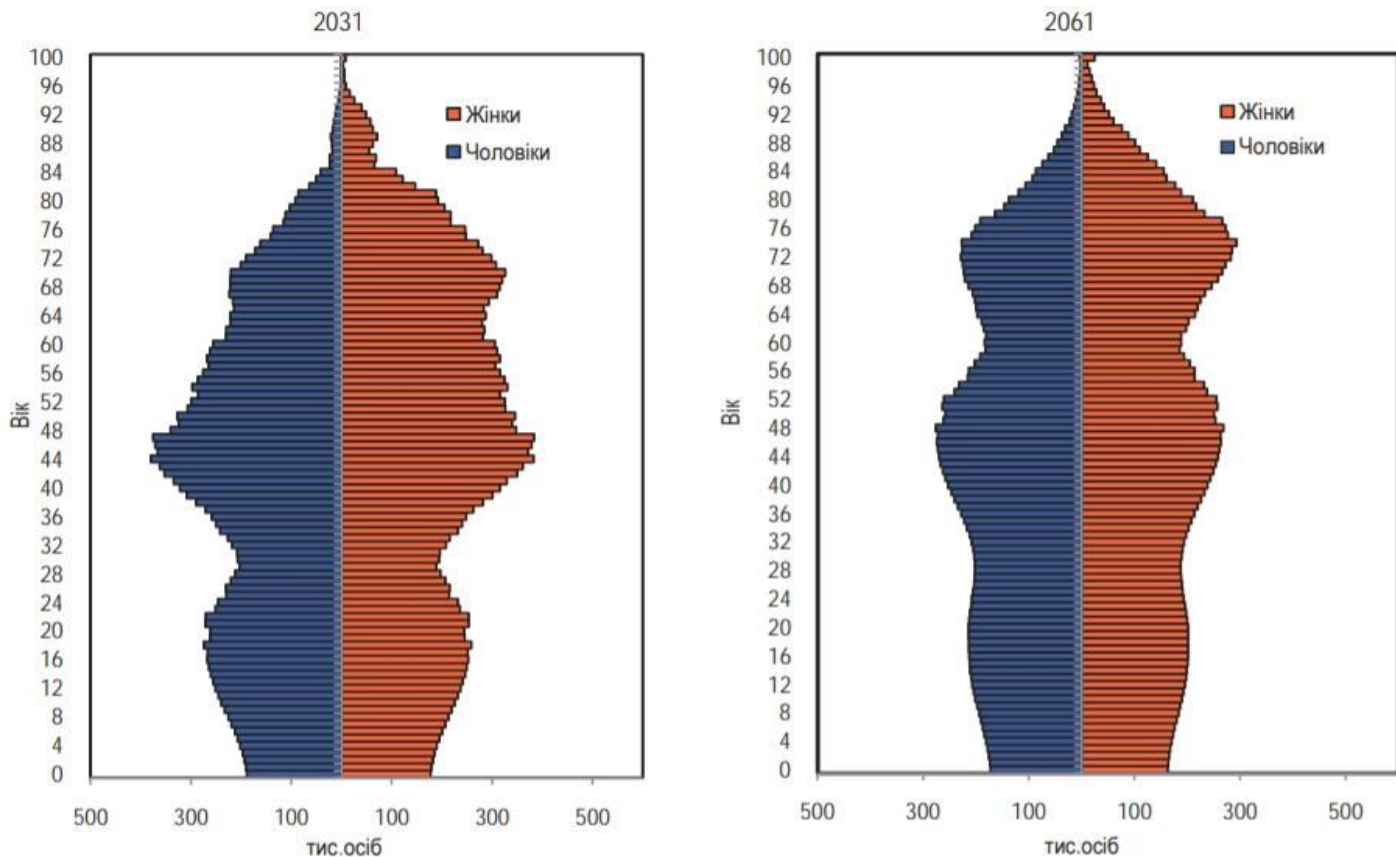
Рис.1.3. Рівень старіння населення регіонів України на початок 2014 року  
Джерело: Всеукраїнський перепис населення станом на 5 грудня 2001 року [4].

Вищий рівень старіння населення в сільській місцевості визначає відповідно і більше демографічне навантаження у порівнянні з міським населенням. У зв'язку із тим, що чисельність населення в міських районах більша вдвічі за чисельність населення у сільській місцевості, напрямок до зростання демографічного навантаження по країні визначається зростанням цього показника у міському населенні [2].

За прогнозами у 2061 році частка дітей становитиме 14,9%, а осіб у віці 60 років і старше 31,2%. Зі стабілізацією вікового складу населення у відповідності з сучасним режимом природного руху, коли чисельність осіб похилого віку збільшуватиметься, вікова піраміда може набути «перекинутого» вигляду, а

життєвий і трудовий потенціали – інших, невідомих досі структурних характеристик.

Рис.1.4 Статеві-вікові піраміди населення України в період 2031 - 2061 роки.



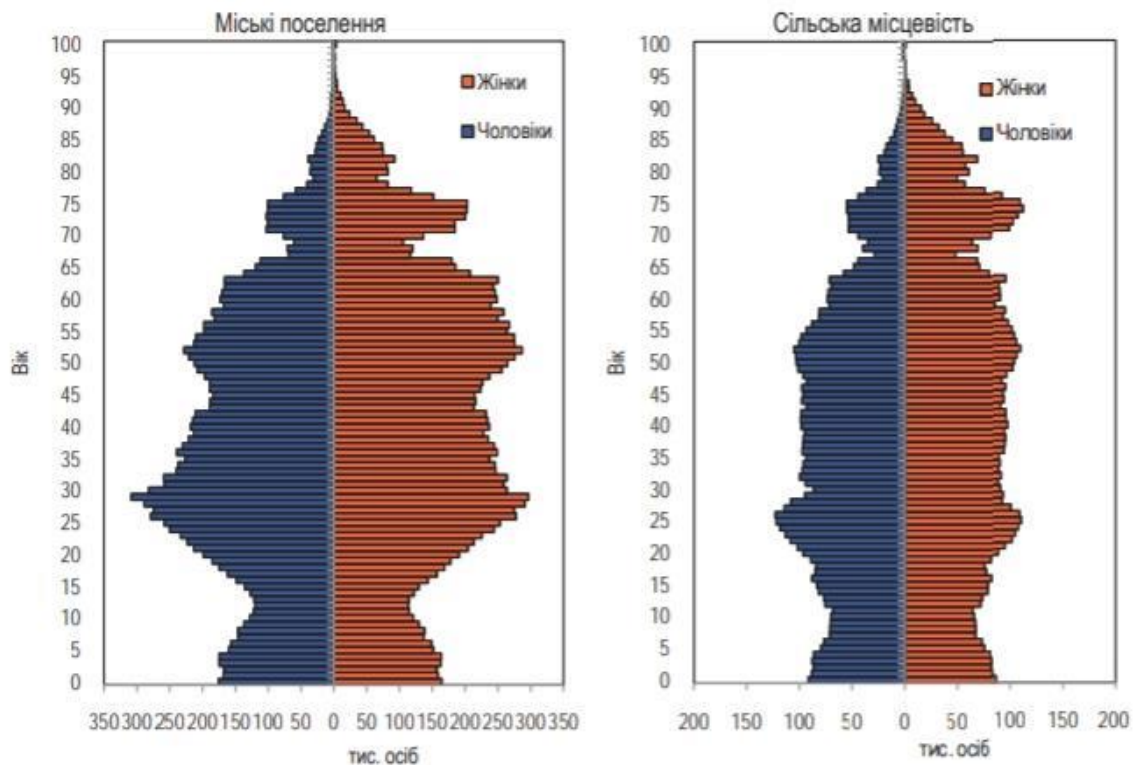
Джерело: Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України [5].

Рівень старіння населення у сільській місцевості України вищий: частка людей після працездатного віку становить 23,2% у селах, а в містах – 20,6%. У сільській місцевості віковий склад населення має менші структурні деформації, що підтверджує статеві - вікова піраміда (рис. 1.5). У сільській місцевості України наразі сформувалась тенденція до омоложення і воно спонукає до стабілізації вікового складу населення, в порівнянні із міським, хоча і на несприятливому рівні (високий рівень частки літніх людей). Через це для сільської місцевості наразі настав час, коли заходи щодо поліпшення демографічної ситуації (за довготривалої перспективи) традиційними методами, виступають традиційні методи – шляхом

створення сприятливих умов для побудови родини та кращих умов для поліпшення стану здоров'я, а також зниження смертності.

Такий процес «омолодження» населення в селах відбувається по-перше, через міграційні процеси (напрямок село - місто), а, по-друге, через те, що сільська місцевість більш консервативна (у сенсі збереження традицій), зокрема дітородної поведінки. У містах до стабілізації ще далеко: у всі роки, обрані для аналізу, частка дітей у фактичному населенні міст була суттєво більшою, ніж у стабільному населенні, а частка старих – меншою. Рівень старіння був нижчим, ніж міг би сформуватись під впливом наявного режиму його відтворення, тобто ніж це повинно було скластися у процесі його стабілізації в умовах «закритого» населення.

Рис.1.5 Статеві - вікові піраміди міського і сільського населення України



Джерело: Державна служба статистики України[4].

З таких даних робимо висновок про наявність тренду до подальшого старіння міського населення в Україні [3]. За прогнозами в містах відбувається подальше поглиблення старіння жіночої та чоловічої частин населення через низьку

народжуваність, а в селах навпаки, подальше омолодження його населення, що зумовлено переходом деформації у старші вікові групи і зменшення можливості подальшого старіння населення. Але не беручи до уваги те, що демографічне «навантаження» у селах знизилось більше ніж в містах, воно залишається вищим в порівнянні з міським населенням в 1,2 рази.

Найбільш відмінною особливістю старіння населення в Україні є гендерна асиметрія у старшого населення, майже дві третини осіб, які досягли літнього віку – жінки (табл. 1.2). Серед людей яким виповнилось 80 років чисельність жінок у 2,5 рази вище чисельності чоловіків.

Таблиця 1.2

## Чисельність літнього населення в Україні за статтю та віковими групами

Вікові групи	Жінки	Чоловіки	На 100 чоловіків припадає жінок
1	2	3	4
60-64	1639,3	1157,3	142
65-69	1027,4	629,3	163
70-74	1410,5	742,7	190
75-79	1003,6	489,2	205
80-84	700,0	274,7	255
85-89	377,7	114,8	329
90-94	90,0	24,5	367
95-99	11,2	3,3	339
100 і старше	4,4	1,3	339
Всього осіб віком 60 років і старше	6263,1	3437,1	182

Джерело: розробка автора за матеріалами [4].

Різні показники старіння чоловіків та жінок в Україні (рис. 1.6). Такі відмінності зумовлені вагомим (десятирічним) розривом у тривалості життя на користь жінок [4].

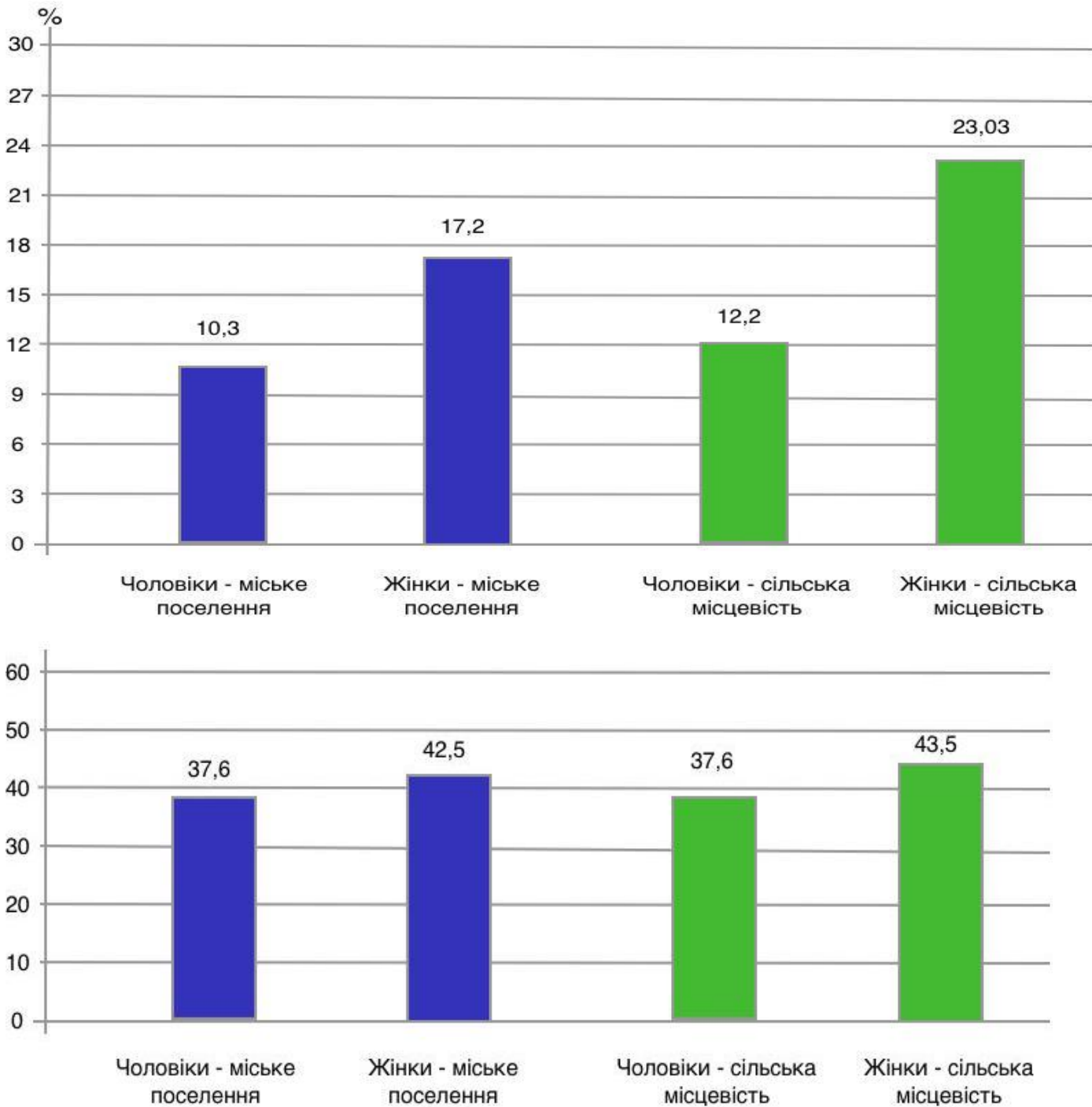


Рис. 1.6 Показники старіння за статтю і типом населення України

Джерело: Державна служба статистики України[4].

Як видно, найбільшу частку складають жінки літнього віку у сільській місцевості, а наймолодшим показником є міські чоловіки. Також варто зауважити,

що на співвідношення рівнів старіння чоловіків та жінок впливає рівень міграційного обміну між селом та містом.

Міжнародна ситуація щодо питань старіння населення трохи інша. У 1960-х роках темпи росту населення досягли найвищої відмітки за всю історію людства і дорівнювала 2% на рік [6]. Проте темпи зростання чисельності населення поступово зменшувались і в першому десятилітті XXI століття становили 1,2%. Згідно з демографічним прогнозом ООН у майбутньому темпи зростання чисельності населення також будуть уповільнюватися. За оцінкою ООН у 2011 році частка дорослого населення досягла найвищої точки, після чого спостерігається її зниження. Саме на цьому етапі швидко зростає питома вага осіб літнього віку, яка до 2050 року примножиться. Тому на заміну XX століття «століття зростання чисельності населення» прийшло «старіння населення».

Стрімке зростання і мобільність населення, збільшення частки людей похилого віку та урбанізація – це безпрецедентні демографічні зміни, що створюють навантаження на екологію, викликають економічні та соціальні проблеми, але одночасно відкривають нові можливості. За період з 1994 року по 2019 рік рівень смертності дітей у віці до п'яти років скоротився на 54 відсотки. Очікувана тривалість життя в усьому світі зросла з 64,9 року в 1994 році до 72,3 року в 2019 році і до 2030 року збільшиться приблизно ще на 2 роки. У всьому світі значно підвищився рівень добробуту населення.

Сьогодні населення світу, чисельність якого в 2019 році склала 7,7 млрд. осіб, продовжує зростати і до 2050 року досягне 9,7 млрд. осіб, а до кінця століття збільшиться приблизно до 11 млрд. осіб. За прогнозами організації Help Age International, до 2050 року 21% населення світу складатимуть люди старші за 60 років [12].

Що стосується людей у віці 65 років і старше, то їх частка в загальній чисельності населення зростає. Зараз їх 19 відсотків в Європі і 16 відсотків в Північній Америці, а до 2050 року ці показники збільшиться до 28 відсотків і 23



відсотків, відповідно. Очікується, що за цей період частка літніх людей в Азії, Латинській Америці і Карибському басейні також збільшиться – з нинішніх 8 відсотків до 18 відсотків. В Африці, де на сьогодні наймолодше населення, до 2050 року частка літніх людей складе 9 відсотків. При цьому вже сьогодні майже половина літніх людей в світі не отримують пенсію [6].

## **1.2. Стан соціального захисту осіб похилого віку в Україні**

В наш час на етапі подальшого соціально-економічного розвитку країни, соціальне забезпечення та соціальний захист займає одну з важливих ролей у забезпеченні добробуту та процвітання населення. Соціальний захист та соціальна політика є взаємодоповнюючими елементами державної політики. Соціальна політика є регулятором соціальних відносин у суспільстві, охоплює розподіл та перерозподіл доходів населення, формує соціальні гарантії, створює систему соціального захисту населення [7].

У 90-х роках минулого століття розпочато процес формування економічної системи України, яка містила високі рівні соціальних ризиків: безробіття, підвищення вартості життя, розшарування населення [8]. Саме тому збільшилась чисельність населення, якому був потрібний соціальний захист. На сучасному етапі розвитку економіки відбувається зниження платоспроможності населення як міського, так і сільського, все частіше затримують заробітну плату та ціни на предмети першої необхідності зростають. Ці та інші фактори призвели до збільшення бідності та збільшення чисельності населення, якому необхідний соціальний захист [9].

Під соціальним захистом у загальному сенсі слід розуміти напрямки діяльності держави щодо забезпечення соціально-культурних та соціально-економічних прав громадян. Сюди належать охорона здоров'я, забезпечення житлом і здобуття освіти, охорона материнства та дитинства, матеріальне забезпечення непрацевдатних та

інших потребуючих підтримки громадян [10]. Продувати сприятливі умови для літніх людей прояв особливої уваги до їх потреб повинно стати однією з головних цілей, яка забезпечує стійкий соціальний розвиток [11].

Рівень життя літніх людей залежить від багатьох факторів, зокрема від доходів та пенсійного забезпечення. В Україні традиційно найбільшим джерелом доходів пенсіонерів є державне пенсійне забезпечення. У містах частка пенсій є вищою ніж у сільській місцевості: 80,2% та 69,9% відповідно. Така відмінність пов'язана із тим, що у сільській місцевості майже немає можливостей для працевлаштування пенсіонерів, навіть за умови що вони бажають працювати.

Відповідно до ст. 28 Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» (далі Закон № 1058), мінімальний розмір пенсії за віком, при наявності страхового стажу (у чоловіків не менше 35 років, у жінок – 30 років) становить 1564,0 грн. Якщо вік перевищує 65 років, за наявності у чоловіків 35 років страхового стажу, а у жінок 30 років, відповідно з ч.2 ст. 28 Закону України №1058, мінімальний розмір пенсії встановлюється в розмірі 40% мінімальної заробітної плати, але не менше прожиткового мінімуму, визначеного законом. Порівнюючи різницю мінімальних пенсійних виплат, маємо такі дані: мінімальна заробітна плата станом на 1 січня 2019 року становить 4173 грн, то відповідно мінімальний розмір пенсії становить 1669, 20 грн [13]. А станом на 1 січня 2020 року мінімальна заробітна плата буде становити 4 723 грн [12], що призводить до зростання мінімальний розмір пенсії на 1889,20 грн [13].

Доходи різних верств населення формують їх споживчі можливості та є головним чинником при виборі якості та кількості продуктів харчування. За підрахунками ООН частка бідних людей складає 26%, з них 9,9% - за критерієм прожиткового мінімуму [15]. Такі дані мають певну похибку, адже досить складно своєчасно отримати повну та достовірну інформацію про рівень доходів громадян.

Головну роль у формуванні споживчих можливостей відіграють соціально - демографічні та економічні показники. В Україні витрати пенсіонерів на продукти

харчування склали 57,6% витрат від усіх витрат [14]. Серед людей похилого віку найбільш складно дається літнім жінкам, за даними Держстату, вони витрачають 60% від усіх витрат на належне харчування. Відповідно інші їхні витрати становили, 18,1 – придбання непродовольчих товарів, 11,3% – оплата послуг.

Оскільки з віком людина все більше витрачає коштів на здоров'я та потребує певного соціального та медичного догляду, найбільше витрат припадає на підтримання належного рівня здоров'я характерна саме для літніх людей. При цьому жінки пенсійного віку дещо більше витрачають коштів на ліки, ніж чоловіки. Можливо це пов'язано з тим, що жінки схильні більше приділяти уваги своєму здоров'ю ніж чоловіки. Та незважаючи на стать є тенденція на зростання питомої ваги витрат на здоров'я у структурі загальних витрат із підвищенням віку [52].

Розглянемо зайнятість літніх людей. Питання зайнятості та використання потенціалу людей похилого віку пов'язує велике коло питань, яке характеризує рівень їхнього життя:

1. Зменшення нерівності, координувати інтереси різних вікових груп;
2. Доступність ринку праці;
3. Соціальні зв'язки, спосіб життя, коло однодумців;

В Європейській стратегії сталого розвитку (EU Sustainable Development Strategy), працевлаштуванню літніх людей відводиться дуже важлива роль. Фактор зміни чисельності та структури населення має великий вплив на споживання, інфраструктуру, економічний стан та фінансову політику та визначає соціальний та економічний добробут наступних поколінь [15].

Ступінь працевлаштованості літніх людей (частка зайнятих від 54 - 64 років), визначено головним індикатором (headline indicator) для відслідковування демографічних змін. Головною метою Європейської стратегії сталого розвитку – є створення соціально інтегрованого суспільства на засадах толерантності між поколіннями та всередині поколінь, покращення якості життя громадян як необхідність для індивідуального благополуччя. Ситуація в Україні щодо

працевлаштування літніх людей, не є позитивною, це спричинено багатьма факторами. Проте чинне законодавство України не містить заборони щодо зайнятості літніх людей. У проміжок часу з 1991 по 1 жовтня 2011 р. не існувало також жодних обмежень щодо одночасного одержання зарплати й пенсії одержання у повному обсязі. Для літніх людей, які йдуть на пенсію чи влаштовуються на роботу після 1 жовтня 2011 року, є деякі обмеження щодо розміру пенсійної виплати (виплачується тільки та частина пенсії, що визначається відповідно до Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування»).

За показниками Державної статистики України за період 2019 року, рівень зайнятості літніх жінок у віці 55-64 років становив 30%, а у чоловіків такий же показник становив 47% [4]. Ці показники одні з найнижчих у Європі. За показниками Євростату фактичний рівень зайнятості населення у віці від 20 до 64 років у ЄС становив 71,1%. За останні роки в нашій країні рівень зайнятості населення мав різні тенденції. У 2016 році показник сягнув 64,2%, що на 2,1% менший ніж в Європейському союзі. За прогнозом у 2020 році відсоток зайнятості населення підвищиться до 66% в Україні, та до 75% у ЄС. Якщо брати гендерний показник, то рівень зайнятості чоловіків на 11,6 відсотків вище ніж у жінок. В Україні рівень зайнятості жінок та чоловіків становить: 68,4% для чоловіків та 60,2% для жінок. Всього на 8% жінки «відстають» від чоловіків. Але в цих показниках не враховано ступінь важкості роботи. Слід відзначити, що однією із стратегічних цілей ЄС, прописана у документі Європа-2020, є створення та сприяння гідних умов для збільшення зайнятості людей пенсійного віку [51]. Графічно динаміка рівня зайнятості населення України та ЄС зображена на рис.1.7.

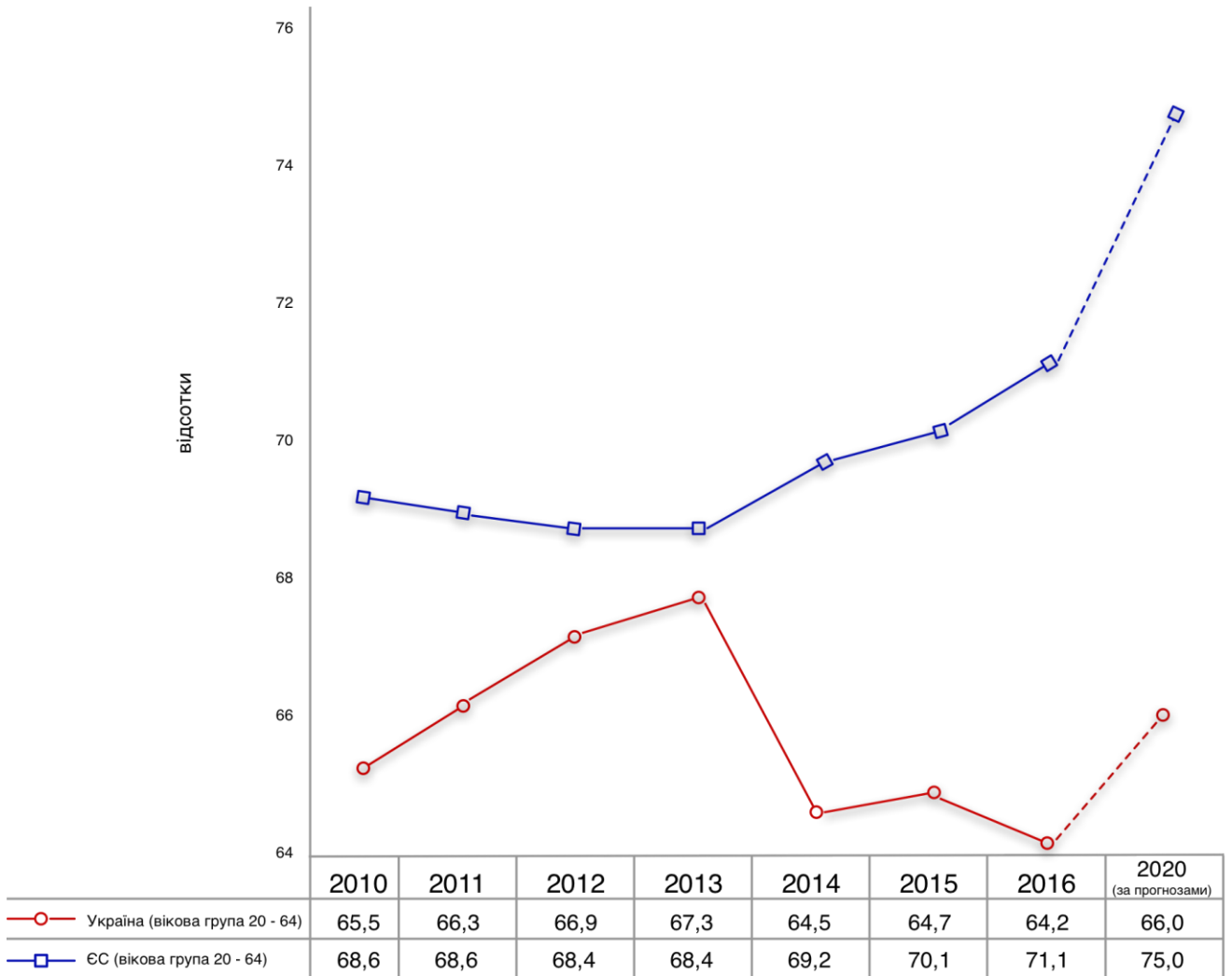


Рис. 1.7. Динаміка рівня зайнятості населення в Україні та Євросоюзі

Джерело: складено автором за матеріалами [51]

Як видно з рисунку у період з 2010 по 2016 роки рівень зайнятості працездатного населення України знизився на 1,3% у порівнянні з 2010 року. Імовірно у 2020 році ситуація дещо зміниться [51].

Однією з головних причин чому Україна посідає останні рядки рейтингу (за даними дослідження видання *Lancet*), за зайнятістю літнього населення, це низька межа пенсійного віку – 60, 63, 65 років в залежності від страхового стажу [16].

Слід зазначити низку питань щодо пенсійних виплат, коли людина пенсійного віку хоче працевлаштуватись. За законодавством розмір пенсійних виплат не залежить від розміру отриманих заробітних плат, але в випадку виходу на роботу

потрібно пам'ятати, що будуть здійсненні певні надбавки, доплати та підвищення, а також перерахування. Пенсійний Фонд керуючись статтею 50 ЗУ «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» має право утримувати з пенсії 20% сум переplat кожного місяця. Як відбувається перерахунок пенсійних виплат? Наприклад, якщо літня людина працевлаштована, перерахунок від нового прожиткового мінімуму для обчислення пенсій не передбачений. Тому такий перерахунок проводиться автоматично за даними в електронному особистому рахунку, у якому може бути відсутня інформація про працевлаштування людини і в такому випадку виникає переплата пенсійних виплат. Якщо пенсіонер має на вихованні дітей до 18 років, то йому належить виплата надбавки у разі працевлаштування. Але бувають випадки, що у разі працевлаштування виплата пенсії взагалі припиняється. Таке буває у декількох випадках, наприклад якщо при працевлаштуванні до досягненні жінкою пенсійного віку, які використали можливість дострокового виходу на пенсію після досягнення нею 55-річного віку із зменшенням розміру пенсії. Також припиняється виплата пенсійних коштів пенсіонеру, який після виходу на пенсію, працевлаштувався за тією ж спеціальністю, яка дає право на призначення пенсії.

Коли призначається пенсія, особі під власний підпис повідомляють про її обов'язок, у разі працевлаштування надати дані до органу Пенсійного фонду, і таке ж саме повідомлення міститься у пенсійному посвідченні. У разі якщо людина не повідомить про такі дані, пенсійний фонд все одно про них дізнається, тому що регулярно проводяться аналіз даних з державними реєстрами загальнообов'язкового державного соціального страхування юридичних та фізичних осіб-підприємців. І у випадку виявлення факту працевлаштування пенсіонера, обчислюється сума надміру виплачених пенсійних коштів.

Узагальнюючи, можна сказати, що якщо після працевлаштування пенсіонер не повідомив цей факт орган Пенсійного фонду за місцем його проживання, та внаслідок цього він отримав переплату пенсійних сум, Пенсійний фонд керуючись

статтею 50 Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» має право прийняти рішення про утримання з пенсії сум переплати в межах 20 відсотків від пенсії кожного місяця. Відповідно до цієї статті суми пенсій, виплачені надміру внаслідок зловживання з боку пенсіонера або подання страхувальником неправдивих даних, можуть бути повернені пенсіонером добровільно [50]. За даними Пенсійного фонду України станом на 1 жовтня 2019 року, на обліку в державних органах Пенсійного фонду, перебуває 2,5 млн. працюючих пенсіонерів, з них 1,3 млн – жінки.

В Україні з працевлаштуванням людей пенсійного віку є певні складнощі. По-перше це відсутність гідних вакансій для пенсіонера, а по-друге небажання роботодавця приймати на роботу людину з категорії пенсійного віку. З цією проблемою стикаються не тільки літні люди, а й навіть 47 річні громадяни. Роботодавець шукає молодих спеціалістів з досвідом роботи та бажанням працювати. Молодим людям часто віддають перевагу на співбесіді, тому що потенційно вони можуть витримувати значні навантаження, а їхній організм дозволяє вести неправильний спосіб життя, що супроводжуються ненормованим графіком роботи.

Молоді працівники значно швидше адаптуються під нові умови та їх легше інтегрувати у коло співробітників. В умовах цифрової діджиталізації молоді люди швидко пристосовуються до роботи за комп'ютером, а швидкість навчання швидше ніж в пенсіонерів.

Відштовхуючись від ринку праці, людина формує певні стереотипи про те, чи візьмуть її на роботу чи ні, чи варто спробувати чи залишити так як є. Особливо це стосується пенсіонерів, адже багато з них мають величезний досвід роботи і неабиякий запал до праці. Вони не просять велику заробітну плату, і працюють на совість, і зможуть надати пораду та виконувати обов'язки не гірше ніж молодий працівник.

Треба зазначити декілька переваг пенсійного співробітника. Не варто забувати той факт, що літні люди виростили в епоху, коли виховували дуже відданих та терплячих працівників, які не кинуть місце, якщо їм не подобається офіційна пропозиція роботодавця або кава у каво машині. Тому можна розраховувати на те, що при прийнятті на роботу літньої людини, вона точно не проміняє роботу на першу ліпшу. Проблема легкого працевлаштування людей пенсійного віку є досі відкритою проблемою в нашій країні. Тому діяльність нашого проекту покликана не тільки допомогти пенсіонерам зайнятися справою, але й надихнути та показати приклад бізнесу, що потрібно і варто працевлаштовувати літніх людей.

### **1.3. Соціальне підприємництво як модель залучення літніх людей до економічної активності**

Розглянемо питання залучення та реалізацію людського потенціалу літніх людей за допомогою форми ведення бізнесу - соціального підприємництва. Які соціальні підприємства роблять заходи або створюються задля вирішення питання працевлаштування та інтеграції пенсіонерів у соціальне життя. Проаналізуємо проекти які започаткували в Україні та Європі.

У Лісабоні місцева літня жінка, яка в минулому була художницею зробила мистецьку групу «LATA 65». Вона робить воркшопи з графіті для літніх людей, спростовуючи думку що це тільки для підлітків. Неподалік Лісабона, в містечку Одівелаш 25 людей віком від 55 до 86 років створили музичний гурт «Banda Maior». Група виступає із концертами на фестивалях, бере участь у культурних заходах також їх запрошують на телебачення та радіо. Ця група була створена для того, аби звернути увагу питання старіння і стереотипів щодо цього, а також заради того, що дати можливість літнім працювати разом.

У Франції створили доставку їжі «Бабусині смаколики». Кухарі пенсіонери мають додатковий дохід, а офісні працівники домашню їжу, замість фаст фудів.



Декілька днів на тиждень літні люди готують удома, а раз на місяць мають зустріч з працівниками офісу, які замовляють в них їжу.

Соціальний проєкт «Бабушка Інкорпорейтед» створив Інститут Третього Віку у Киргизстані. Це торгові павільйони з речами, які виготовили літні люди. Учасникам проєкту влаштовують ярмарки, що дає їм змогу мати додатковий дохід, а також підтримку.

У Німеччині існує мережа Mehrgenerationenhaus – це заклади, що зробили об'єднання соціальних центрів та дитячі садки. Тут добре і літнім людям і батькам. Пенсіонери можуть доглядати дітей поки батьки на роботі. У Британії є схожий проєкт, але з екологічним нахилом. Літні люди та молодь об'єднуються у проєктах про садівництво. Також створюють проєкти зі співмешкання різних поколінь. Проєкт 1toit2ages створений у Бельгії закликає студентів та пенсіонерів жити разом. Для літніх людей це можливість мати компанію для спілкування та додатковий дохід, а для молоді можливість винаймати житло недорого [16].

Розглянемо ситуацію з проєктами та заходами для літніх людей в Україні. Проєкт «Майстер на годину» у Львові, започаткований задля того аби допомогти літнім людям, а також людям з I та II групою інвалідністю, впоратись з дрібним ремонтом в помешканні. В місяць кількість заявок становить 10 - 15.

В Україні існують благодійний фонд «Життєлюб» заснований у 2013 році для підтримки та всебічного розвитку людей похилого віку. БФ створює різні заходи для літніх, зокрема «Обід без бід» який щодня пригощає гарячими обідами декілька тисяч пенсіонерів, міні проєкт «Зв'язок поколінь» – це спільнота супер онуків, яка налічує сотні активних молодих людей. Фонд також створив перше в Україні модельне агентство «Життєлюб», мета якого надихнути активне покоління і самих літніх людей популяризувати образ пенсіонера.

В Києві започаткували проєкт «Трудолюб», він входить до групи проєктів Благодійного фонду «Життєлюб», мета якого працевлаштовувати людей пенсійного віку на роботу. Проєкт покликаний допомогти літнім людям котрим за

50 років знайти роботу. Команда збирає вакансії, курси для саморозвитку та ресурси для освіти, для тих хто шукає або роботу, або можливість для саморозвитку. Проєкт дозволяє літнім людям спробувати себе досить у незвичних професіях. Він руйнує будь-які стереотипи щодо відношення пенсіонерів до незвичайних професій.

В Одесі функціонує проєкт під назвою Gudzyk, що реалізує вироби (переважно фетрові сумки та аксесуари), які зробили літні люди. Молода команда бере на себе питання маркетингу, продажу та дизайну, а на стороні бабусь – створення класних виробів. Це дає можливість бабусям мати додаткове джерело надходжень, а для покупців можливість мати унікальну річ. Проєкт існує з 2017 року і досить успішно.

В Києві працює пекарня «БаБулочка», особливість пекарні в тому, що випікають вироби літні бабулі. Вони роблять свою улюблену справу – випікають, використовуючи свої власні рецепти, заробляючи при цьому кошти. Проєкт почав працювати навесні цього року [17].

Фонд Східна Європа фінансує проєкт «Центр дозвілля для літніх людей», який працює на створення центрів для одиноких малозабезпечених літніх людей. Центри надають їм якісні соціальні, юридичні та побутові послуги. Дані центри спрямовані на створення спільноти, куди одинокі пенсіонери можуть прийти та завести нові знайомства, займатися та вчити інших людей своє справою, стати членом різноманітних гуртків, а також навчитись та опонувати нові знання, наприклад користування комп`ютером або фотокамерою. Проєкт працює з 2008 року та за цей час вже створено 18 центрів. 10 центрів було відкрито в 5 областях України, фінансування відбувалось за результатами конкурсу грантів. Такі центри функціонують на Тернопільщині, Вінниччині, Черкащині, Житомирщині, Київщині. Такі фонди є гарним прикладом, як можна згрупувати та спонукати людей похилого віку не сидіти вдома, а розвиватись, комунікувати з іншими та радіти життю. Гарний приклад створення спільноти для людей похилого віку.

## **Розділ 2. Розробка бізнес моделі проєкту соціальної кав'ярні Щасливі люди**

### **2.1. Організаційний план проєкту соціальної кав'ярні Щасливі люди**

Розробка організаційного плану має на меті проведення аналізу таких сфер діяльності підприємства:

1. Портрет працівника кав'ярні;
2. Портрет цільової аудиторії;
3. Організаційно - правова форма;
4. Дослідження локації.

Для початку потрібно прописати ідею проєкту. Ідея закладу полягає у наступному: кав'ярня «Щасливі люди» – соціальний проєкт, покликаний залучити до економічного життя літніх людей.

Тільки-но увійте, ви заходите до кав'ярні, де грає весела музика, відчувається приємний аромат кави, гарний інтер'єр – поєднання лофту та меблів із деревини, а за барною стійкою стоїть усміхнена бабуся-бариста, яка вміє робити не лише смачний чай, але й раф-кафу та кон-панну.

Говорячи про цінності проєкту, потрібно окреслити місію, візію та, власне, цінності задумки. Місія проєкту – бути простором де різні покоління зможуть поговорити та випити запашної кави. Спонукає, прикладом кав'ярні, залучити літніх людей до економічної діяльності. Візія проєкту – сучасна кав'ярня з привітними та щирими бабусями та дідусями. Кав'ярня де панує затишок та тепла атмосфера.

Цінності проєкту:

- Активність;
- Щирість в спілкуванні;
- Відкритість;
- Турбота.

Особливість кав'ярні Щасливі люди – це команда співробітників бабусі та дідуся, які вміють не лише спекти смачні пиріжки вдома, але і завар'ять запашну каву. За оцінками авторки роботи, для налагодженої роботи кав'ярні потрібна така команда:

- Бариста - пенсіонер - 2 людини;
- SMM менеджер - 1 людина;
- Event менеджер - 1 людина;
- Бухгалтер;

Чітко сформульоване уявлення про те, якими якостями повинна володіти людина, що претендує на посаду дозволить мінімізувати тимчасові витрати на пошук співробітника. Але у випадку нашого проекту, підбір працівників, буде дещо відрізнятись від стандартного набору якостей звичайного баристи.

Для розуміння того, які саме співробітники потрібні на посаду баристи, я розробила портрет кандидата на посаду баристи. Саме на пошуку цієї людини потрібно виділити багато часу аби знайти саме ту бабашку або дідуся, який буде представляти проєкт на території міста. Бариста – це ключова особа проєкту, тому що саме вона або він будуть виступати обличчям проєкту та створювати атмосферу закладу. Портрет кандидата дозволить нам сформулювати характеристики потрібно звернути увагу в першу чергу. Також така схема дозволить звузити поля пошуку кандидата.

Адже, навіть, коли заходиш в гості до неї, на столі завжди стоять частування, і бабуся піклується про те, щоб її улюблений онук або улюблена онучка завжди були ситими і тепло одягненими. Власне, це невеликий опис тих людей які будуть пригощати людей запашною кавою та прянощами. Скомпонуємо та сформулюємо якими важливими рисами повинна володіти майбутня бариста.

На рис. 2.1. представлені всі ключові характеристики потенційного працівника кав'ярні із представників цільової соціальної аудиторії – осіб похилого віку.

Почуття гумору

Позитивний погляд на життя

Мати проукраїнську позицію

Щирість в спілкуванні

Поділяти цінності закладу

Проактивність

Може дати  
пораду по  
життєвій  
ситуації

Теплий / тепла  
при спілкуванні

Щедрість



Рис. 2.1. Особисті якості майбутнього співробітника кав'ярні Щасливі люди

Джерело: власна розробка автора

Майбутні члени команди кав'ярні, які будуть займати позицію баристів, повинні мати такі особисті якості:

- Почуття гумору;
- Тепла або теплий при спілкуванні;
- Щедрість;
- Позитивний погляд на життя;
- Проактивність;

- Щирість в спілкуванні;
- Вміння давати поради;
- Поділяти цінності закладу;
- Мати проукраїнську позицію.

Розглянемо кожну рису більш детально.

Перша характеристика – це почуття гумору, ця риса притаманна людям які можуть весело сміятись, жартувати по-доброму та просто дарувати гарний настрій оточуючим.

Друга риса – «тепла» або «теплий» при спілкуванні, важлива риса, для тих, хто може і вміє спілкуватись з людьми «по-людськи», з такими людьми досить легко знайти спільну мову, адже вони легко її підхоплюють. Таку розмову не хочеться завершувати та поспішати додому.

Третя риса – щедрість. Всі ми знаємо, що найбільш щедрі до нас люди, це наші бабусі та дідусі. Важливо, щоб людина яка буде готувати і пригостити кавою та смаколикami гостей закладу, була чи був такий(а) щедрий(а), як наші рідні. Бо саме ця риса дарує особливі почуття.

Четверта риса це позитивний погляд на життя, це дуже важлива характеристика, бо проживши великий відрізок життя не можна ставитись до нього скептично. Головне, щоб людина мала думки, про гарне та світле майбутнє, а також робили щось для цього.

П'ята і, напевно, одна з головних рис – проактивність. Не можна мати позитивний погляд на життя і чекати поки за тебе це життя зроблять позитивним. Головне щоб і людина робила все задля того, щоб їй та її родині жилося краще. А тому, коли людина активна та здатна робити бодай щось, це вже добре, незважаючи на вік.

Шоста риса, це щирість в спілкуванні, набагато легше, приємніше та тепліше розмовляти з тією людиною, яка говорить щиро та відверто, без брехні, фальші та

підлабузництва. Поводить себе так, не тому що, це відвідувач закладу, а тому що їй так комфортно, бо це її сутність.

Сьома риса – вміння давати поради, як справжні, рідні бабусі і дідусі. В бесіди нам інколи хочеться почути якусь пораду або словесну підтримку, і важливо щоб відвідувач закладу міг відчувати ту саму підтримку. І тут переплітаються шоста і сьома риса нашого майбутнього співробітника, бо говорячи слова підтримки або даючи якусь пораду, не можна говорити це не щиро, без душі, адже це відразу відчувається.

Восьма риса це – поділяння цінностей закладу. ТанDEM в роботі можливий тільки тоді, коли вся команда розуміє, підтримує та транслює цінності, які є фундаментом роботи закладу. Без цього розуміння та прийняття, співпраця буде неефективною.

Дев'ята риса полягає у проукраїнській позиції. Ми живемо та працюємо на цій землі, і неможливо віддавати своє тепло та щирість тим, які не розуміють, що треба поважати свою Батьківщину. Важливо щоб всі члени команди виражали любов та повагу до країни, в якій живуть і працюють.

Говорячи про відвідувачів закладу, потрібно визначити та описати портрет клієнта. Правильно складений портрет клієнта допоможе зрозуміти які канали комунікації та інструменти маркетингу треба використовувати. Також знаючи потреби клієнта, можна сформулювати більш чітко та лаконічне рекламне повідомлення.

Портрет клієнта – це збірний образ потенційного клієнта, як правило він включає такі характеристики:

- Вік;
- Сімейний стан;
- Рівень доходів;
- Місце проживання;
- Стать;

- Сфера зайнятості;
- Проблеми пов'язані із специфікою нашої діяльності;
- Потреби, страхи та бажання.

Чим краще та детальніше складений портрет клієнта, чим більше характеристик в ньому враховано і чим більше зібрана інформація, тим вище шанс створити повідомлення / пропозицію відповідно запитам цільової аудиторії.

Також для портрета клієнта потрібно прописати такі ключові аспекти: освіта, життєва позиція, цінності, інтереси. У портреті клієнта важливо описувати всі характеристики, які допоможуть нам чітко розуміти для кого ми будемо працювати надалі. Варто нагадати, що дана розробка суттєво зменшить працю нашому SMM-менеджеру, тому що надалі у стратегії просуванні закладу правильно робити таргетовану рекламу.

Чому важливо знати хто твій клієнт на сто відсотків, тому що чітке розуміння хто він, має вирішальне значення у тому як та через які канали вести з ними комунікацію, а також як формувати маркетингову стратегію, і на що акцентувати увагу при продажі товару. Це одна з ключових та головних задач, котрі потрібно виконати перед тим як запускати кампанію на краундфандинговій платформі Спільнокошт, тому що від вподобань, цінностей та інтересів цільової аудиторії, залежить успішність кампанії на платформі. А це пріоритетна задача – успішно завершити кампанію на платформі по збору коштів. Прописуючи портрет клієнта, потрібно врахувати всі аспекти його життя для кращого розуміння як моделювати повідомлення до них. Всі повідомлення до клієнта будуть формувати на основі його цінностей, вподобань та якостей. Якщо він або вона не цінують «тепле» спілкування, то навряд чи затримуються у кав'ярні надовго. Або якщо їм не цікаво та в них «не болить» ситуація з становищем пенсіонерів, то навряд чи вони звернуть увагу на проект.

Портрет клієнта кав'ярні «Щасливі люди» виглядає таким чином (Рис. 2.2):





Рис. 2.2. Портрет потенційного клієнта кав'ярні Щасливі люди

Джерело: власна розробка автора.

Наш клієнт віком від 25 до 47 років, мешканець Ужгорода, неodrужений / незаміжня. Полюбляє читати книги по саморозвитку та художню літературу, слухати сучасну музику, слідкує за технічними новинкам, займається спортом та веде активний спосіб життя, естет за своє натурою та любить робити гарні фото. Надає перевагу простоті та концепту ніж пафосу та вихвалянню. Веде активний спосіб життя, відкритий до нового, любить подорожувати та відкривати для себе нові місця, а також здобувати нові знання. Любить і поважає своє місто та

Батьківщину. Бере участь у соціальному життю міста, інколи виступає ініціатором акцій або різних закладів. В робочий час працює у приватних компаніях, або на громадських засадах у організаціях і фондах, не виключенням є співробітник ІТ компаній. Рівень заробітної плати сягає від п'яти тисяч гривень і вище. Має вищу або незакінчену вищу освіту різних напрямків.

Цінності потенційного клієнта:

1. Чесність – він або вона не поважає людей який живуть брешучи іншим людям, які працюють та ведуть справи за принципом win - lose та не вважають за потрібним говорити правду на шкоду собі. Він або вона ведуть справи та працюють чесно. Клієнт не знецінює правдиву інформацію, навіть якщо вона не приємна.
2. Щирість. Ця якість породжує довіру та формує позитивні зміни довкола. Він або вона та людина, яка живе за принципом щирості, ніколи не лукавила та намагається спілкуватись з тими у кого також є така цінність по життю. Він або вона кажуть щиро та правду від серця, а не тому що це вигідно.
3. Дружба. Наш клієнт цінує та поважає своїх друзів, будує з ними зв'язки на вищесказаних принципах та намагається не наносити шкоди у стосунках між ними.
4. Четверта цінність – вірність, вона або він не зраджує своїм друзям, коханими, знайомим, країні. Наступна свобода – цінує свій час, свій ресурс, свою можливість бути вільним та робити те, що подобається.
5. П'ята цінність, і напевно одна з головних це – відповідальність. Наш клієнт живе відповідально та усвідомлено. Він/вона знає, що її/його дії можуть призвести до певних наслідків, Він/вона бере ініціативу в свої руки і не чекає поки за них хтось, щось зробить.

Таким людям потрібен заклад, де вони зможуть по-перше випити смачної кави, відчутти атмосферу затишку, а також можливість провести ділову зустріч або просто провести час з друзями. Вона чи він хоче мати заклад, який буде проводити цікаві

та релевантні події до його/її вподобань. Також є бажання відвідувати заклад із певним концептом, а не стандартну кав'ярню з молодими баристами.

Підприємницька діяльність існує у конкретних організаційно-правових формах. На вибір форм організації підприємницької діяльності впливають багато чинників: сфери діяльності, фінансові можливості, переваги чи недоліки організаційної форми. Важливе значення також має аналіз чинного законодавства. Організаційно - правова форма соціального підприємства в Україні, може мати такі форми [21]:

1. Громадська організація + ФОП
2. Громадська організація (з комерційним проєктом)
3. Громадська організація + ПП
4. Кооператив
5. Благодійний фонд (з комерційним проєктом)
6. Приватне підприємство (ПП)
7. Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)

Наразі в Україні не передбачено спеціальної організаційно - правової форми саме для соціального підприємництва. Але це не дає підстав вважати, що в соціального підприємства немає правової бази.

Відповідно до ч. 1 ст. 62 Господарського кодексу України підприємство - самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами [18].

Для проєкту кав'ярні «Щасливі люди» зручною та економічно вигідною формою реєстрації буде поєднання ФОП (2-ої групи) та неприбуткової організації. Зокрема, відповідно до ч. 1 п 133.4. Податкового кодексу України не є платниками

податку на прибуток неприбуткові організації, які дотримуються певних умов встановлених ПКУ, а саме:

1. Установчі документи мають містити заборону розподілу прибутку або їх частини серед засновників, учасників (членів такої організації), працівників крім оплати їхньою заробітної плати та нарахування єдиного соціального внеску;

Відповідно до п 133.4.2. ПКУ доходи (прибутки) неприбуткової організації використовуються виключно для фінансування видатків на утримання такої організації задля реалізації мети (цілей та завдань) діяльності, визначеними установчими документами [19]. Іншими словами неприбуткові організації, а саме ті які здійснюють соціальне підприємництво, можуть не сплачувати податок на прибуток з отриманих доходів за такими умовами:

1. Установчі документи мають відповідати вимогам встановленим п 133.4 ст. 133 Податкового кодексу України та профільного закону, який містить загальні відомості для всіх неприбуткових організацій до відповідного виду діяльності);

2. Організація має отримати у державному органі статус неприбутковості у порядку встановленому постановою Кабінету Міністрів України від 13.07. 2016 року № 440 [20].

У випадку проекту «Щасливі люди» неприбуткова організація дозволить кав'ярні подаватись на гранти та отримувати благодійні внески, а також отримувати кошти від донорів.

Від вибору виду підприємницької діяльності значною мірою залежить вага оподаткування. Порядок оподаткування прописаний у п. 2 ст. 177 Податкового кодексу України, об'єктом оподаткування є чистий оподатковуваний дохід, тобто різниця між загальним оподатковуваним доходом (виручка у грошовій та негрошовій формі) і документально підтвердженими витратами, пов'язаними з господарською діяльністю такої фізичної особи - підприємця [21].

ФОП на загальній системі оподаткування веде облік своєї діяльності, а саме веде Книгу обліку доходів і витрат, складає звітність (декларацію, звіт та ЄСВ), а

також сплачує податок (як авансові платежі) та єдиний соціальний внесок у розмірі 22% від суми оподаткованого доходу за найманих працівників та себе (від розміру офіційної мінімальної заробітної плати) [22].

Для того, щоб обрати потрібну нам систему оподаткування, необхідно визначитися з переліком видів діяльності та послуг по КВЕДу, які підприємство надаватиме кінцевому споживачу. Адже, якщо правильно проаналізувати та визначитися зі специфікою створюваного підприємства можна раціоналізувати витрати на податки. В нашому випадку створювати ФОП потрібно на спрощеній системі оподаткування. Створення ФОПу допоможе зібрати кошти під час кампанії на краудфандинговій платформі.

Щоб відкрити соціальне підприємство, перш за все потрібно провести аналіз міст які найкраще підійдуть для відкриття такого формату кав'ярні. Аналіз міста розташування буде проходити за такими параметрам:

- Кількість населення;
- Рівень доходів мешканців;
- Кількість людей пенсійного віку;
- Показники доходів літніх людей;
- Кількість соціальних підприємств, які залучають пенсіонерів до активностей.

Для проведення аналізу я обрала три міста: Львів, Ужгород та Одесу. Це ті три міста, яким на мою думку може сподобатись ідея соціальної кав'ярні. Дані міста обрала, тому що Львів та Одеса найбільш туристичні міста України, а Ужгород, на мою думку, не зовсім активний у соціальному сенсі. Перш за все вважаю необхідним провести оцінку загально демографічних показників, таких як кількість населення, кількість людей пенсійного віку та їхня соціальна і економічна активність, а також рівень доходів громадян пенсійного та до пенсійного віку. Далі аналізувати міста доцільно за показниками кількості соціальних проєктів як залучають до своєї діяльності пенсіонерів, кількість кав'ярень та які в них концепти. Ці дані допоможуть виявити оптимальне місто для відкриття закладу.

Першим місто буде Львів. За розмірами місто не є великим, але за своїм походженням воно є привітним до нових людей, відкритим до ініціатив та туристичним містом, яке приваблює туристів з різних куточків, як нашої країни та із-за кордону. Кількість населення міста Львова, станом на 1 серпня 2019 року у місті проживає 755, 8 тисяч осіб [24], графік динаміка розвитку населення зображено на рисунку 2.3.

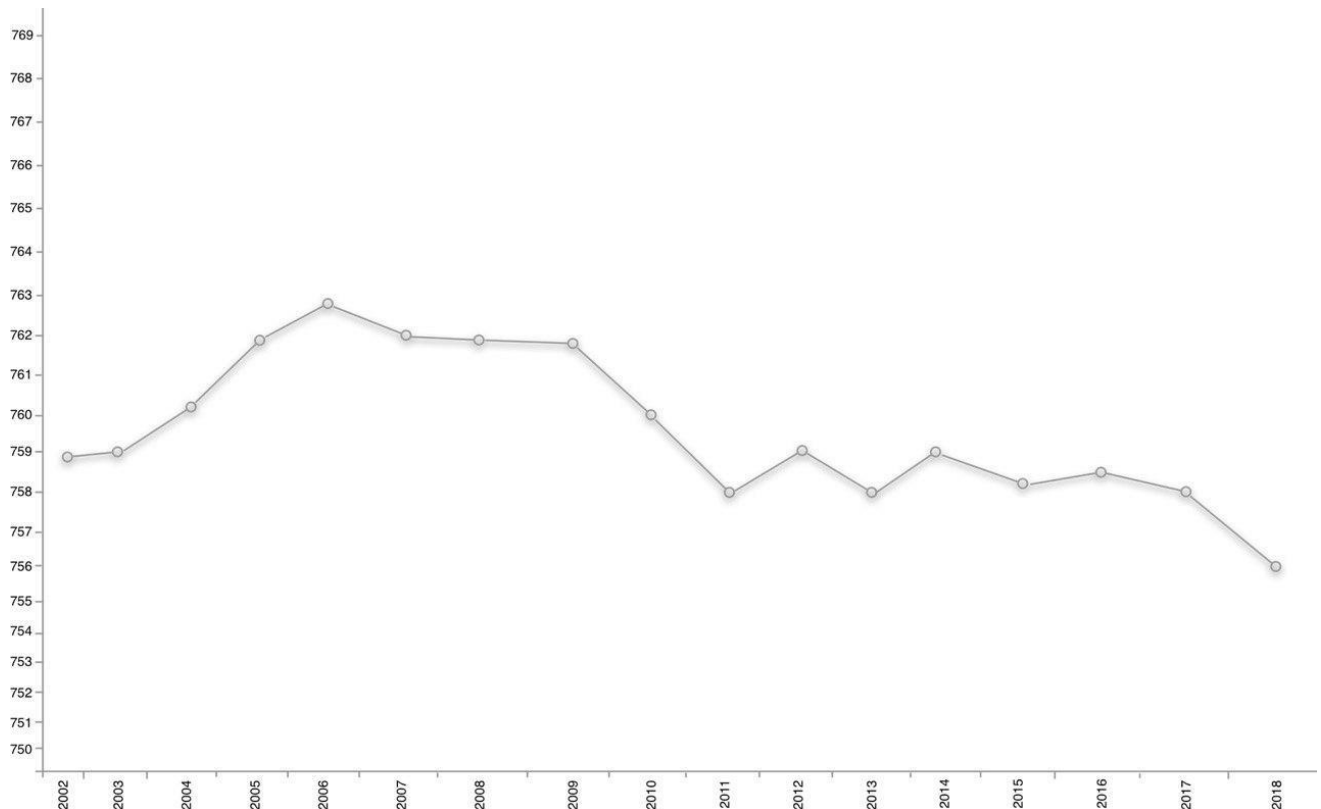


Рис. 2.3. Кількість наявного населення Львова на кінець року, тис. осіб.

Джерело: Головне управління статистики у Львівській області [25]

Львів посідає сьому сходинку у рейтингу міст України за кількістю населення. Кількість населення невелике, але й не маленьке. По графіку видно, що з кожним роком кількість зменшується, але це не є надто негативним явищем, адже Львів туристичне місто, а отже потік людей і майбутніх клієнтів завжди буде.

Далі проаналізуємо показник – рівень доходів місцевих жителів, який покаже нам, на скільки платоспроможні львів'яни, а також порівняємо їх з показниками за

минулі квартали. Що допоможе нам мати уявлення чи можуть місцеві жителі (так звані домогосподарства) дозволяти собі речі з категорії розваг. Дані з показниками рівнів доходів львів'ян зображені на табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за містами та районами у Львівській області у 2019 році

	Нараховано в середньому працівнику, грн			
	I квартал	II квартал	III квартал	Усього
1	2	3	4	5
Львівська область	8479	9277	9585	27 341
Львів	9004	9900	10261	29 165

Джерело: Головне управління статистики у Львівській області [25].

На третій квартал 2019 року середньомісячна заробітна плата у місті Львів становить 10261 грн, що дає можливість зробити висновок, що споживати каву середньостатистичний львів'янин може один - два рази на місяць. Якщо оцінювати за особистим середньорічним доходом львів'ян і розподілити це по відсотках, вийде наступна картина (рис.2.4).

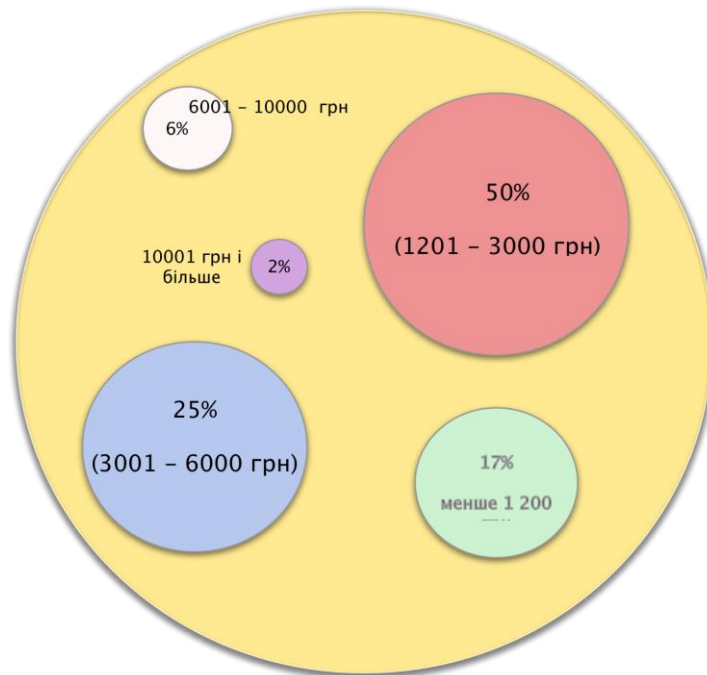


Рис. 2.4. Особистий середньомісячний дохід львів'янина.

Джерело: Портрет львів'янина. Результати дослідження [26].

Як ми бачимо 50% отримують від 1201 - 3000 грн, близько 6% отримують від 6000 - 1000 гривень и 17% менше 1200 грн. За видом діяльності процентні співвідношення розподілилися наступним чином (рис. 2.5).

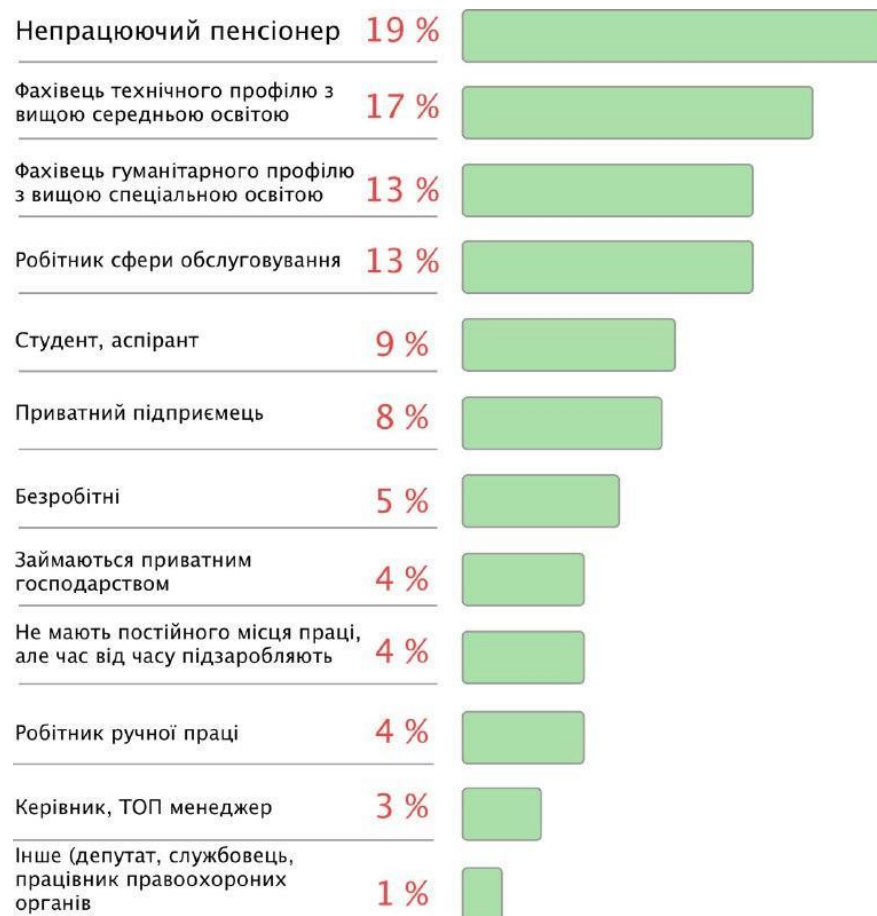


Рис. 2.5. Основний вид діяльності львів'ян

Джерело: Портрет львів'янина. Результати дослідження [27].

Як ми бачимо найбільш великі частки займають не працюючі пенсіонери (19%), фахівець з технічною професією з вищою середньою спеціальною освітою (17%), фахівець гуманітарного профілю з вищою та спеціальною освітою (13%), робітник сфери обслуговування (водій, перукар тощо) (13%) і 9% частки займає студенти та аспіранти.



Щоб побачити чітку картину середньостатистичного львів'янина потрібно проаналізувати структуру місячних витрат. Структуру видатків або витрат львів'янина можна побачити на рис. 2.6.

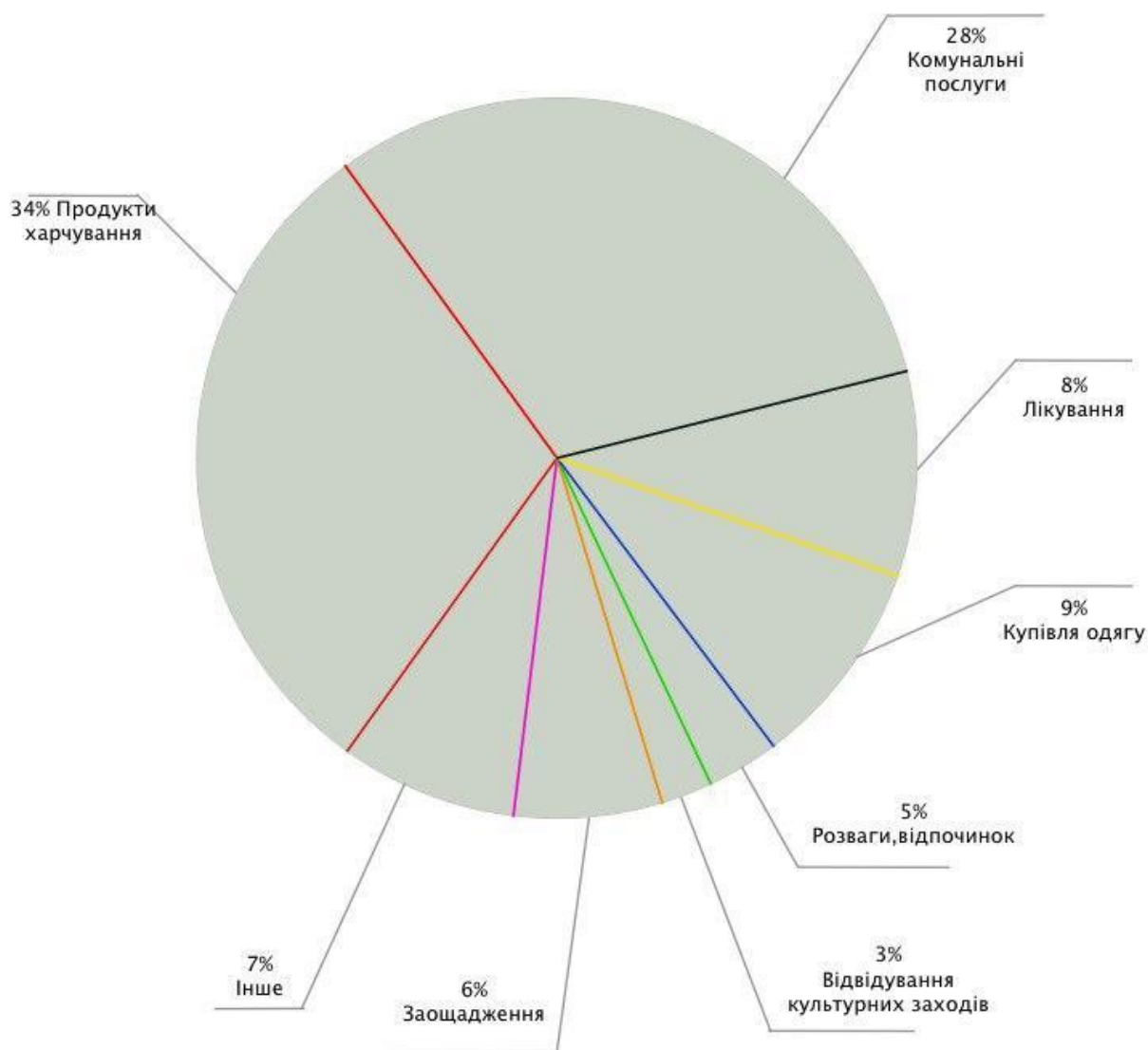


Рис. 2.6. Структура витрат львів'ян

Джерело: Портрет львів'янина. Результати дослідження [27].

Як ми бачимо 34%, це найбільше з усіх витрачає львів'яни на продукти харчування, 28% займає комунальні послуги, і лише 5% займають розваги та відвідування кафе. 37% місцевих жителів проводять своє дозвілля відвідуючи кав'ярні та кафе [26].

Далі проаналізуємо кількість людей пенсійного віку у місті Львів. Станом на 2019 рік, чисельність пенсіонерів віком від 55 і старше 70 років становить 217 280

тисяч осіб [27]. Більш детальну диференціацію по віковим групам можна побачити в табл. 2.2 – постійне населення (на початок року).

Таблиця 2.2

Постійне населення Львова. Диференціація за віковими групами. 2019 рік

Постійне міське населення (на початку року, осіб, обидві статті), Львів, 2019	
1	2
55	10 508
56	10 581
57	10 586
58	11 418
59	11 114
60	10 971
61	10 022
62	9 643
63	9 103
64	8 665
65	7 664
66	8 185
67	7 506
68	7 229
69	7 323
70 і старше	76 031

Джерело: Головне управління статистики у Львівській області [25].

З наведених даних можна побачити, що найбільшу частку 76 031 тисяч осіб займають літні люди старше 70 років. За інформацією Пенсійного Фонду України розмір пенсійних виплат для літніх людей становить 2 тисячі 414 гривень, станом на перше січня 2019 року.

Надалі потрібно проаналізувати кількість соціальних підприємств, які займаються питаннями залучення літніх людей до економічної та соціальної активності. Проаналізувавши стан соціального підприємства у Львові, я не знайшла проєктів, які покликані здійснювати свою діяльність залучаючи пенсіонерів.

Отже, місто Львів за статистикою має трохи більше мільйона мешканців, які отримують заробітну плату в середньому 9 тисяч гривень. Більшу частку своїх доходів вони витрачають на продукти харчування та комунальні послуги, в меншій степені на розваги та відвідування різних закладів.

За видом діяльності більшу частину – 19% займають не працюючі пенсіонери і лише 9% студенти. Кількість пенсіонерів налічує 217 280 тисяч осіб, з них велика частка це люди за 70 років. У Львові на цей час функціонує досить велика кількість соціальних підприємств, але не відкрито поки що закладу який буде співпрацювати з літніми людьми. Дані показники дозволяють зробити висновок, що місто Львів підходить для створення на інтеграції соціальної кав'ярні. Адже у Львові кава не розкіш і не економія, кава – спосіб життя.

Надалі роздивимось аналіз міста Одеси, за такими ж критеріями: кількість населення, рівень доходів мешканців, кількість людей пенсійного віку, кількість соціальних підприємств які співпрацюють з літніми людьми.

За даними головного управління статистики в Одеській області, кількість постійного населення в Одесі сягає близько мільйона осіб – 996 217 тисяч осіб. (табл 2.3) [29].

Таблиця 2.3

Чисельність населення (за оцінкою) на 1 жовтня 2019 року та середня чисельність за січень – вересень 2019 року

	Наявне населення		Постійне населення	
	На 1 жовтня 2019 року	Середня чисельність за січень - вересень 2019 р.	На 1 жовтня 2019 року	Середня чисельність за січень - вересень 2019 р.
1	2	3	4	5
Одеська обл.	2376524	2378416	2365464	2367356
м. Одеса	1014602	1013880	996939	996217

Джерело: розробка автора за матеріалами [29].

Одеса займає третє місце в рейтингу міст-мільйонників. Перше та друге місце зайняли Харків та Київ. Цей показник показує нам, що місто динамічне та велике. Наступний критерій оцінки міста є – рівень доходів мешканців. Середня заробітна плата в Одесі становить 9 423 гривень (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

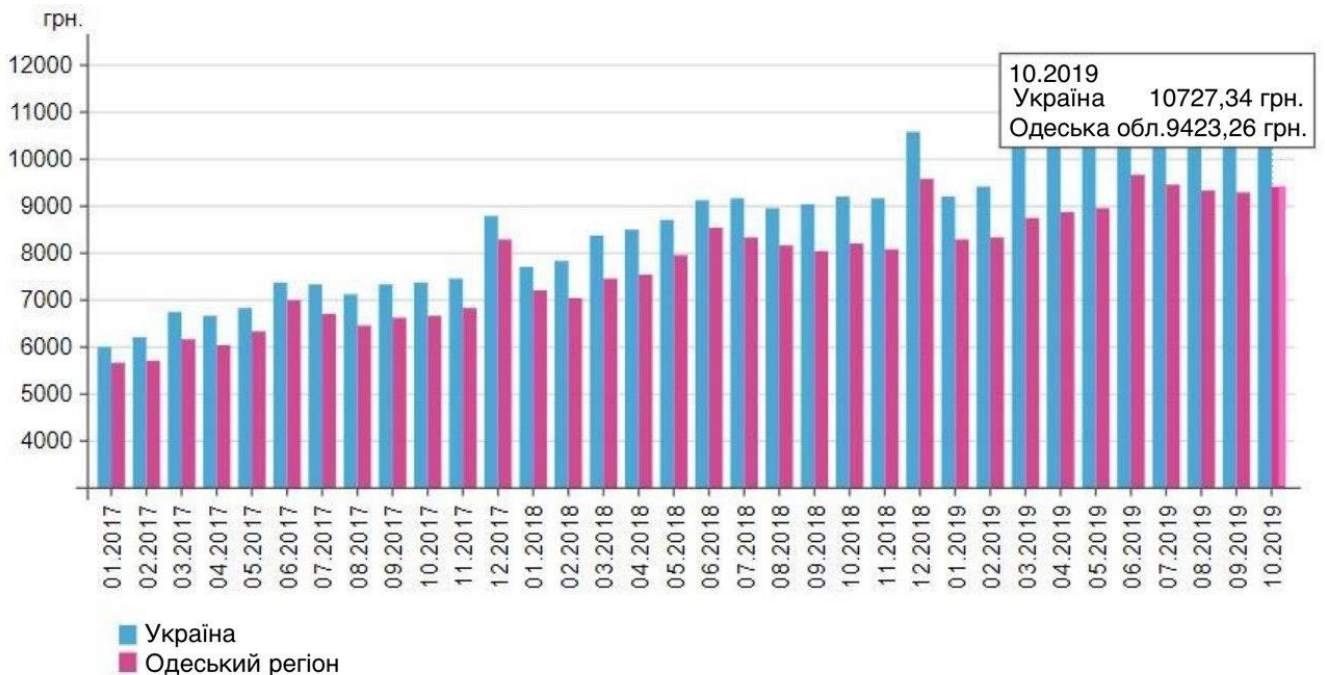
Середня заробітна плата по Одеській області станом на жовтень 2019 року

Місяць	Середня з.п.	Відхилення від середньої з/п по Україні	
1	2	3	
Жовтень 2019	9 423 грн.	1304	12.2%

Джерело: Головне управління статистики в Одеській області. Населення та міграція [30].

Рівень доходів мешканців Одеси трохи менше ніж у Львові на 838 гривень. Дану різницю можна побачити та графіку порівнянь доходів мешканців Одеси та всієї України, станом на жовтень 2019 року (рис. 2.7).

Рис. 2.7. Порівняльна діаграма доходів України та міста Одеси станом на жовтень 2019р.



Джерело: Головне управління статистики в Одеській області. Населення та міграція [30].

Цей показник дає підстави вважати що, одесити можуть дозволити відвідувати різні заклади з дозвіллям. Щомісяця одесит витрачає 56% своїх доходів на продукти харчування, 18% на оплату комунальних послуг і 6% на розваги та відвідування різних закладів [31]. Трохи більше ніж у Львові, витрачає на розваги та на продукти харчування. За даними пенсійного фонду України чисельність пенсіонерів в Одеському регіону становить 614 479 тисяч людей [32].

Розмір пенсійних виплат в Одесі граничить від 1074 грн до 2864 грн на одну особу, що розраховується як прожитковий мінімум для осіб які втратили працездатність [33].

Дана картина показує нам що досить велика частка пенсіонерів не можуть дозволити собі, хороші продукти харчування, дорогі медикаменти та одяг. Вони вимушені тратити велику долю на комунальні послуги та лікування тощо. При такому рівні доходів літні люди можуть задовольняти мінімальний рівень потреби, а то і гірше, зовсім не зможуть дозволяти собі бажані речі. Щоб зрозуміти наскільки активне соціальне життя міста, а саме яка кількість соціальних підприємств створено, для покращення соціальної та економічної ситуації в Одесі, потрібно проаналізувати яка кількість соціальних проєктів працюють з ціллю покращити життя літнім людям і, чи є соціальні кав'ярні у місті Одеса.

В місті Одеса наразі функціонує проєкт «Добрий гість», мета проєкту допомагати пенсіонерам у скрутному становищі, продуктами харчування та речами першої необхідності. Команда проєкту приходить до літніх 1 раз в 3 місяці та привозять багато продуктів. Відвідування стали сезонними, а отже не зовсім ефективним [34].

Також в Одесі функціонує соціальний проєкт «Gudzyk» – це український бренд фетрових виробів, які роблять майстрині пенсійного віку. Створений проєкт у 2017

році, метою якого є допомога у додатковому заробітку для пенсіонерів. Зараз у проєкті працює 4 пенсіонера та команда активно шукає нових членів [35].

Ще один проєкт, який працює для допомоги літніми людям – «Доброе дело». Організатори проєкту встановили на вулицях міста стійки з продуктами харчування для пенсіонерів, на яких кожен охочий може залишити щось для малозабезпечених громадян. Сама задумка непогана, але, на мій погляд принижує гідність пенсіонерів і тим самим підкреслює їхні економічне становище [36]. В місті зі змінним успіхом працюють багато різних соціальних проєктів, але лише 3 з них направлені на допомогу літнім людям.

Отже, місто Одеса за показниками кількості населення входить в трійку міст мільйонників. Середній рівень доходів пересічного одесита сягає 9 423 гривень на місяць, більшу частку грошей вони витрачають на оплату комунальних послуг та продукти харчування. Кількість пенсіонерів налічує більше шістсот тисяч осіб, в яких середні пенсійні виплат коливаються від 1074 грн до 1638 грн, що є досить низьким рівнем доходів, для такого великого міста. Кількість соціальних проєктів та підприємств які займаються допомогою пенсіонерам налічує 3, але немає підприємства у форматі соціальної кав'ярні. Одеса на даний момент виступає потенційним містом для розбудови соціального проєкту «Щасливі люди».

Наступний і останнім містом буде Ужгород, місто яке стоїть у підніжжя Карпат та манить своєю затишністю.

За даними Головному управлінню статистику у Закарпатській області місто Ужгород налічує 115 101 тисяч мешканців (табл. 2.5) [37].

Таблиця 2.5

## Чисельність населення на 1 жовтня 2019 року

	Наявне населення		Постійне населення	
	На 1 жовтня 2019 року	Середня чисельність за січень - вересень 2019 р.	На 1 жовтня 2019 року	Середня чисельність за січень - вересень 2019 р.

1	2	3	4	5
Закарпатська обл.	1254300	1255551	1251467	1252718
м. Ужгород	115101	114999	113541	113439

Джерело: Головне управління статистику у Закарпатській області. [38].

Досить маленьке місто, порівнюючи зі Львовом та Одесою. Далі проаналізуємо показник – рівень доходів місцевих жителів, який покаже нам, на скільки платоспроможні ужгородці.

Рівень доходів місцевих жителів станом на перше жовтня 2019 року – 9300 гривень (табл. 2.6), що є значно менше у порівнянні зі Львовом та Одесою [38].

Таблиця 2.6

Середня заробітна плата по Закарпатській області станом на жовтень 2019 рік.

Місяць	Середня з.п.	Відхилення від середньої з/п по Україні	
1	2	3	
Жовтень 2019	9 300 грн.	- 1427	- 13.3%

Джерело: Головне управління статистику у Закарпатській області. [38].

Даний показник дає уявлення про те, що ужгородці не можуть дозволити собі часто ходити по закладам та віддавати велику частку грошей на розваги. Давайте порівняємо на що місцеві жителі в більшій частині витрачають свої кошти. Структура витрат ужгородців розподілилась наступним чином: 53% витрачають на продукти харчування, 35,2% витрачають на оплату комунальних послуг і тільки від 1,4 до 5% витрачають на дозвілля та відвідування різних закладів [39].

Досить великий розрив в порівнянні зі Львовом та Одесою, де, на походи у заклади та розваги, витрачають 5-6% від сукупних витрат. При тому, що рівень доходів в Одесі та Ужгороді відрізняється лише на 123 гривні.

Наступним показником аналізу буде – кількість людей літнього віку, що становить 214 706 осіб [40]. Рівень пенсійних виплат сягає 2 395 грн, що є найменшим показником по всій Україні, та серед міст які ми аналізуємо. Така

ситуація показує, що місцеві пенсіонери можуть мінімально закривати життєві потреби.

Щоб зрозуміти які проекти та соціальні підприємства працюють над вирішенням економічного поліпшення життя пенсіонерів, потрібно проаналізувати кількість та концепт соціальних підприємств, та проектів у місті Ужгороді.

Проаналізувавши десятки новин та інформаційних сайтів, мені не вдалось знайти приклади соціальних підприємств та проектів, які працюють з літніми людьми. Це означає, що місто наразі не знайоме із форматом соціальної кав'ярні та з форматом соціального підприємства.

Підсумовуючи результати аналізу трьох міст: Львова, Одеси та Ужгорода. Найбільш оптимальним містом для відкриття кав'ярні є місто Ужгород. Тому що досить невелике навантаження на місто по кількості осіб, а рівень пенсійного забезпечення досить маленький у порівнянні зі Львовом та Одесою, а кількість пенсіонерів не перевищує 250 тисяч осіб. Хоча структура витрат показала нам, що ужгородці досить малу частку свої доходів витрачають на розваги та відвідування закладів, але на мою думку можливо це спричинено тим, що досить мала кількість закладів відкривається і привносить щось нове у життя самого міста.

Також місто «Не розбалуване» кав'ярнями та різноманітними соціальними проектами. Основним фактором для прийняття рішення є кількість пенсіонерів та їхні доходи. Кількість мешканців та їхні рівні заробітних плат, дозволяє зробити висновок чи можуть вони дозволити собі розваги та походи у заклади. Зведена таблиця з показниками по містах представлена нижче (табл. 2.7).

Таблиця 2.7.

Зведена таблиця оцінювання трьох міст України

Місто	Кількість мешканців (тис. осіб)	Рівень доходів (грн)	Кількість пенсіонерів (тис. осіб)	Рівень пенсій (грн)
1	2	3	4	5
Львів	755 000	10 261	217 280	2 414



Одеса	996 217	9 423	614 479	2 864
Ужгород	115 101	9 300	214 706	2 395

Джерело: власна розробка автора

Як бачимо Ужгород є найменшим місто за кількістю мешканців та кількістю людей похилого віку. Рівень пенсій є найнижчим з усіх трьох міст, а кількість соціальних проєктів не налічує й одного. Тому починати створювати проєкт будемо в місті Ужгород.

## 2.2. Бізнес модель соціальної кав'ярні «Щасливі люди»

Для реалізації проєкту потрібно прописати бізнес-план, щоб розуміти яких ресурсів (фінансових, людських, матеріальних) потребує проєкт. Для зручного та ефективного планування майбутніх ресурсів та прописування сильних точок росту, я буду використовувати інструмент Business model canvas.

Business model canvas – це один з інструментів стратегічного планування для опису як нових та дійсних бізнес процесів. Для початку розробки бізнес-моделі, потрібно визначитись з місією, візією, цінностями та організаційною структурою проєкту.

Місія проєкту – бути простором де різні покоління зможуть поговорити та випити запашної кави. Спонукає інші бізнеси, власним прикладом, запрошувати до співпраці людей пенсійного віку. Для того, щоб покращити економічне становище пенсіонерів, а також залучити їх до соціальної активності.

Візія проєкту – сучасна кав'ярня з привітними та щирими бабусями та дідусями. Кав'ярня де панує затишок та тепла атмосфера.

Цінності проєкту: активність, щирість в спілкуванні, відкритість, турбота, якість.

Організаційна структура проєкту виглядає наступним чином (рис. 2.8):



Рис. 2.8. Організаційна структура підприємства

Джерело: власна розробка автора.

Для бізнес-плану соціального підприємства найголовніше правильно відобразити команду. Від того, як буде виставлена та вибудована комунікація, залежить швидкість росту та успішність проекту. Отже, в нашому проекті команда складається з таких ролей: засновники, майстри каво варіння (баристи), SMM менеджер, бухгалтер. Це ключові ролі в проекті (сфера «внутрішнє мікросередовище»). Далі в нас є донори та інвестори. Інвесторами можуть бути як фізичні особи так і юридичні. Ці ролі відносяться до сфери «Фінансові партнери». Вони впливають на розвиток проекту, але опосередковано. Надалі в нас сфера «Зовнішнє мікросередовище» до нього відносяться клієнти, постачальники та конкуренти. Ці ролі впливають на швидкість та якість проекту.

В загальному вигляді склад ролей складається з: майстрів каво варіння (баристи), клієнти, засновники, бухгалтер, SMM менеджер, донори, інвестори, постачальники, бухгалтер та конкуренти. Функціональні обов'язки ролей які відносяться до внутрішньої мікро середі:

1. Засновник – відповідає за прибуток компанії. Розуміється на основах бізнесу, та можливість планувати об'єми і можливості ринку. Робити аналіз конкурентів, позиціонування проєкту, ціноутворення та робота з партнерами. Шукати інвесторів та донорів;
2. Майстри каво варіння – приготування кавових напоїв, спілкування з клієнтами. Майстр та майстрині каво варіння повинні знати асортимент, рецептури напоїв, сутність технологій приготування кави, сорти кави, ступінь обсмаження зерен, правила етикету, та подачі напоїв;
3. SMM менеджер – управління соціальними мережами (інстаграм та фейсбук), робота з блогерами та просування бренду, створення фото та відео контенту, створення стратегій просування та аналіз конкурентів;
4. Бухгалтер – складати та перевіряти первинні документи, організувати документооборот, формувати облікові реєстри, складати фінансову та податкову звітність.

Ця основна команда, яка буде створювати і розвивати соціальну кав'ярню «Щасливі люди». Надалі розглянемо методи залучення коштів в проєкт.

Для старту проєкту потрібен капітал у розмірі 15 тисяч доларів. Основним джерелом надходження даної суми буде краудфандинг – це відкритий заклик через Інтернет для збирання фінансових ресурсів у вигляді грошової пожертви, іноді обмін на майбутню продукцію, послугу або винагороду. Чому перший крок до збирання коштів саме краудфандинг? Наведу декілька переваг даного джерела:

1. Низька вартість залучення капіталу без необхідності сплати відсотків;
2. Встановлення цільової суми залучення коштів;
3. Привернення уваги до проєкту у медіа;

4. Процес акумулювання коштів одночасно перетворюється й на маркетингову форму просування проєкту на ринок і як наслідок в майбутньому дозволяє зекономити на маркетингових витратах;
5. Швидкість отримання грошей;
6. Отримання зворотнього відгуку від потенційних клієнтів та інвесторів, що дозволяє на цьому етапі покращувати послугу [41].

Після завершення краудфандингової кампанії, залучати кошти будемо шляхом грантів, бутстрепінгу (інвестування власних коштів) та самоокупності.

Побудова бізнес-моделі за канвою поділяється на такі ключові фактори:

1. Ключові партнери – хто наші основні партнери? Хто наші основні постачальники? Які ключові ресурси ми отримуємо від партнерів?;
2. Ключові види діяльності – наші канали розповсюдження, відносини з клієнтами, потоки доходів;
3. Ціннісні пропозиції – яку цінність ми поставляємо замовнику? Які проблеми наших клієнтів ми допомагаємо вирішити? Які потреби клієнтів ми задовольняємо?;
4. Взаємовідносини з клієнтами – для кого ми створюємо цінність? Хто наші найважливіші клієнти? Який тип відносин кожен з наших клієнтів очікує?
5. Споживчі сегменти – для кого ми створюємо ринок? Хто наші найважливіші клієнти?
6. Канали – через які канали наш клієнт хоче, щоб ми з ним комунікували? Який канал найбільш економічно ефективний?
7. Ключові ресурси – яких ключових ресурсів наші ціннісні пропозиції вимагають? Наші канали розповсюдження? Потоки доходів?
8. Структура витрат – які найбільш важливі витрати, притаманні нашій бізнес-моделі? Які ключові ресурси найбільш дорогі? Які основні заходи є найбільш дорогими?

9. Джерела надходження доходів – за яку цінність наш клієнт дійсно готовий платити? [42]

Дані позиції описані в табл. 2.8 бізнес-канва соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди»:

Таблиця 2.8

Бізнес-канва соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди»

Ключові партнери	Ключові види діяльності	Ціннісні пропозиції	Взаємовідносини з клієнтами	Споживчий сегмент
1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Благодійний фонд Життєлюб;</li> <li>– Постачальники кави - Foundation coffee;</li> <li>– Журнал про каву - Blackfield.coffee;</li> <li>– Навчальна програма приготування кави - Foundation school;</li> <li>– Постачальники обладнання та непродовольчих товарів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Каво варіння</li> <li>– Проведення різних зустрічі та заходи</li> <li>– Створення курсів вивчення англійської мови + користування ПК для пенсіонерів</li> <li>– Офлайн точки продажу в центрі міста</li> <li>– Відносини з клієнтами будується на довгострокову перспективу</li> </ul>	<p>Якісна та смачна кава; Смачна домашня випічка; Спілкування з баристами які пережили в житті багато; Працевлаштування людей пенсійного віку; Створення затишного місця «Куди хочеться повертатися»</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– спільнота;</li> <li>– Місце куди ти приходиш не заради напоїв та їжі, а заради зустрічей та приємного проведення часу;</li> <li>– Атмосфера комфорту та затишку;</li> <li>– Піклування про клієнтів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Нашими найважливішими клієнтами є активні та відкриті до нового та цікавого.</li> <li>– Не бояться змін та позитивно дивляться на життя. Люблять і цінують свою країну.</li> </ul>
	Ключові ресурси		Канали	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Людські : баристи, SMM - менеджери та бухгалтер;</li> <li>– Матеріальні: технічне обладнання;</li> <li>– Фінансові: кошти для старту.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>– Інстаграм сторінки;</li> <li>– Телеграм канали де розміщується релевантна реклама;</li> <li>– Youtube канал.</li> </ul>	
--	---	--	--	--

Джерело: власна розробка автора.

### 2.3. Фінансовий план діяльності соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди»

Найголовнішим етапом розробки проєкту є створення фінансового плану, в якому потрібно прорахувати та вказати приблизні витрати для початку роботи проєкту. У фінансовому плані потрібно враховувати інвестиційні (капітальні) видатки, які потрібно для старту, а також постійні і змінні витрати, ті які заклад буде витрачати щомісяця. Детальний фінансовий план розглянемо у цьому розділі. Структура витрат та джерел надходження доходів наведено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

#### Структура витрат та доходів соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди»

Структура витрат	Джерела надходження доходів
1	2
<p>Найбільшими витратами на початку є:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Купівля обладнання;</li> <li>– Ремонт приміщення;</li> <li>– Заробітна плата колегам;</li> <li>– Податки;</li> <li>– Орендна плата;</li> <li>– Закупівлі.</li> </ul>	<p>Фінансування проєкту буде здійснюватися з таких джерел:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Власні кошти;</li> <li>– Краундфандинг;</li> <li>– Партнери;</li> <li>– Фандрейзинг;</li> <li>– Спонсорство.</li> </ul>

Джерело: власна розробка автора.

Також варто прописати ризики з якими може зіткнутися кав'ярня. Перший ризик це людський, тому що баристи у пенсійному віці можуть не справлятися із навантаженням та темпом роботи. Також деяким пенсіонерам буде важко працювати із обладнанням та рецептурою напоїв, що призведе до погіршення якості кави та на швидкості його приготування.

Наступним ризиком є якість кавових зерен, а також у добросовісність постачальників зерен. Зернам потрібен спеціальний клімат аби вони не псувались, а так як успіхи кав'ярні можуть не піти, підприємство може «попасти» на витрати. Ще один ризик який потрібно брати до уваги, це дорогий вхід та вихід з ринку. Якщо справа не піде, а на балансі підприємства є обладнання, то надалі буде важко його реалізувати, іншими словами - продати. Також варто зауважити, що сам концепт закладу є ризиком, тому що цільова аудиторія може не зрозуміти ідею кав'ярні, а отже не буде того імпаку на який йде розрахунок.

Фінансовий план це найважливіша частина бізнес-плану. Окрім концепту читачеві потрібно оцінити цифри, які потрібні команді. Саме числові показники слугують підтвердженням та намірів команди та можуть остаточно переконати інвесторів профінансувати проєкт або навпаки відмовити у фінансуванні, якщо суми або концепт виявиться не надійним. Для того аби такого не сталось, потрібно розробити фінансовий план, який складається з певних пунктів. Фінансовий план складається з таких підрозділів:

1. Інвестиції;
2. Прогноз продажів;
3. Формування доходів;
4. Статті витрат;
5. Прогнозований фінансовий результат (точка беззбитковості та період окупності) [44].

Інвестиційний план має складатись з наступних пунктів: вартість орендної плати, сума заробітної плати для всіх учасників команди, вартість ремонту,

закупівлі техніки, сплата податків, вартість закупівель харчових продуктів. Схематично всі витрати зображені в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Інвестиційні витрати соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди»

Інвестиційні витрати	
Капітальні витрати	Постійні та змінні витрати
1	2
Закупка меблів	Заробітна плата
Ремонт приміщення	Орендна плата
Закупка технічного обладнання	Комунальні платежі
Закупка кухонного обладнання	Податки
Форс-мажор	Закупівлі (продукти та хоз товари)
Стартова закупка	Рекламні кампанії

Джерело: складено автором.

Розглянемо більш детально показники. Всі витрати які варто оцінити треба розділити на капітальні, ті які потрібно витрати щоб відкрити заклад, та на постійні і змінні, ті які протягом роботи закладу будуть мати постійний характер. Інвестиційні витрати складаються з: закупівлі меблів, закупівлі техніки, закупки технічного обладнання, закупка кухонного обладнання, а також форс-мажор (цю суму потрібно закласти на випадок незапланованих ситуацій).

До постійних та змінних витрат відносяться: орендна плата, щотижневі закупівлі продуктів та побутових товарів, заробітні плати співробітникам, комунальні платежі, витрати на оплату податків, рекламні кампанії – у випадку коли потрібно буде просувати кав'ярню.

Надалі проаналізуємо інвестиційні витрати більш детально. Зведені капітальні витрати наведені у табл. 2.11, розгорнута таблиця з усіма позиціями витрат у Додатку А.

Таблиця 2.11

Зведені капітальні витрати соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди»

Категорія	Кількість позицій	Вартість, грн
1	2	3



Меблі	8	16 450
Ремонт	14	24 930
Технічне обладнання	4	21 200
Кухонне обладнання	24	76 610
Форс - мажор	1	20 000
Стартова закупка	12	10 000
Всього		173 310

Джерело: складено автором.

Крім того, потрібно розписати постійні та змінні витрати закладу (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Перелік постійних і змінних витрат соціального підприємства кав'ярня

«Щасливі люди»

Постійні витрати	Вартість, грн	Змінні витрати	Вартість
1	2	3	4
Орендна плата	23 000	Закупівля харчових продуктів	11 500
Заробітна плата	15 000	Ремонт обладнання	2 000
Комунальні платежі	10 000	Витрати, не пов'язані з операційною діяльністю	
Закупівля господарських товарів	2 000	Податки	1752,66
Рекламні кампанії	1 000	Форс-мажор	2500
Всього	51000	Всього	13500

Джерело: складено автором.

Вартість відкриття кав'ярні вартує (мінімально) від 173 310 тисяч гривень. Для того, щоб знайти таку суму будемо використовувати різні джерела фінансування. Перші збори будемо робити на краудфандинговій платформі Спільнокошт, термін збору коштів триватиме максимально півроку, сума коштів буде 100 000 гривень. Решту частину суми команда проекту має фандрейзити.

За цей час за власні кошти буде інвестуватись два напрямки інтернет просування: створення інстаграм та фейсбук сторінок, а також налаштування таргетованої реклами. Другий напрямок - створення подарунків для інвесторів, які підтримують цей проєкт. Після кампанії на спільнокошті інвестування буде відбуватись шляхом бізнесових зусиль – це такі доходи які виникають внаслідок продажу кави, створення заходів та продажу супутнього товару. Також кав'ярня

буде приймати спонсорські внески – доходи які підприємство буде отримувати від партнерів закладу [45].

Не від’ємною частиною збору коштів буде філантропія – доходи у вигляді благодійності, відрізняється від приватних внесків тим, щоб філантроп розглядає свої внески як інвестування в проєкт заради його автономної роботи, а також не вимагаючи нічого натомість. Велику частку коштів заклад буде отримувати від власної діяльності, але не за перші 6 місяців. На цей період проєкту потрібно залучитися підтримкою партнерів, спонсорів, філантропів та друзів, які також можуть про інвестувати проєкт.

Щоб зрозуміти наскільки вигідно створювати заклад такого формату, потрібно розрахувати період окупності, рентабельність та точку беззбитковості.

Точка беззбитковості демонструє скільки потрібно продавати одиниць продукції аби заклад окупав сам себе. При рості даного показника заклад стає прибутковим. Формула розрахунку точки беззбитковості наступна:

$$ТБ = ЗВ / (Ц-В) \quad (2.1)$$

Де, ТБ – точка беззбитковості

ЗВ – загальні постійні витрати закладу

Ц – ціна за одиницю товару

В – витрати на одиницю продукції

Загальні постійні витрати вартують 50 752 грн, середня ціна за одиницю продукції – 35 гривень, витрати на одиницю продукції сягають 20 гривень.

Отже точка беззбитковості є:

$ТБ = 50\ 752 / (35 - 20) = 3383$  – одиниці товару потрібно продати, аби кав’ярня вийшла в нуль. В даному випадку не рахується ціна за випічку та супутнього товару. Точка беззбитковості кав’ярні – 3 383 горнятко кави за місяць.

Фінансовим результатом є прогнозованим прибуток чи можливо збиток (для перших часів роботи закладу). Щоб порахувати період окупності нашого проєкту,

треба зробити декілька розрахунків. По-перше розрахувати валовий прибуток, за формулою:

$$D = Z * G \quad (2.2)$$

Де, D – це валовий дохід

Z – Ціна кожної одиниці продукції

G – Загальна кількість реалізованої продукції [46].

А, по-друге, вирахувати різницю між валовим прибутком та податками, що буде являти собою чистий прибуток. Показники чистого прибутку важливого розрахувати, для того щоб побачити період окупності даного проекту. Період окупності рахується за наступною формулою:

$$ПО = ЗСІ / ЧП \quad (2.3)$$

Де, ПО – період окупності

ЗСІ – загальна сума інвестицій

ЧП – чистий прибуток

Отже, валовий прибуток  $D = 35 * 4\,167 = 119\,750$  грн – загальна сума доходу отримана підприємством під час реалізації своєї діяльності. Розрахунок чистого прибутку: чистий дохід від реалізації товарів (131 250 грн) – собівартість виробленого товару (11 500 грн) – єдиний соціальний внесок (сума мінімальної заробітної плати \* 20% = 918,06 грн) – єдиний податок (сума мінімальної заробітної плати \* 22% = 834,60 грн) – постійні витрати (51 000 грн) = 66 997,34 грн.

Чистий прибуток становить: 66 997,34 грн. Показники формули розрахунку періоду окупності складаються з таких параметрів: загальна сума інвестицій = 173 310 грн; чистий прибуток = 66 997,34 грн. Період окупності (ПО) =  $173\,310 / 66\,997,34$  грн. = 3 роки. Зведена таблиця всіх розрахунків представлена в табл. 2. 13.

Таблиця 2.13

Зведений розрахунок соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди»

Точка безбитковості, кіль-сть	Валовий прибуток, грн	Чистий прибуток, грн	Період окупності, роки
1	2	3	4

4167	119750	66997,34	3
------	--------	----------	---

Джерело: складено автором.

Підводячи підсумки, можна сказати, що для того щоб відкрити соціальну кав'ярню потрібно 173 310 грн загальних інвестицій. Точка беззбитковості становить майже 4 тисячі одиниць товару в місяць. Чистий прибуток складає 66 997,34 грн на місяць, а період окупності 3 роки.

Три роки окупності для соціального підприємства досить гарний показник рентабельності. При не чималих капітальних інвестиціях та обороту продукції у 4 тисячі, а може і більше, цей сценарій розвитку подій виглядає оптимістично.

Створюючи даний проєкт казати про те, що одна кав'ярня, де буде працевлаштовані дві людини літнього віку, вирішить питання працевлаштування пенсіонерів по Україні — казати не правильно. Одна кав'ярня зможе дати поштовх та надихнути інших підприємців надавати перевагу літнім людям при працевлаштуванні. Своім прикладом та історією літні люди, будуть заохочувати інших пенсіонерів не сидіти вдома, а робити щось аби покращити свій рівень життя (якщо дозволяє стан здоров'я). Даний проєкт буде виступати каталізатором, іншими словами, поштовхом для повернення уваги соціуму до проблеми економічної зайнятості та соціальної активності літніх людей.

Розвиток проєкту не зупиняється на відкритті лише одного закладу, а також на приготуванні кави та смаколиків. На карті розвитку проєкту прописані наступні кроки:

1. Відкриття курсів по навчанню користуватись комп'ютером;
2. Створення програми та курсів по вивченню англійської мови (базовий рівень);
3. Проведення майстер класів від бабусь по різним видам handmade виробам;
4. Проведення різних заходів (івентів) для популяризації діяльності та місії закладу.

Глобальними цілями проєкту є масштабування – відкриття кав'ярень у найбільших містах країни. Задля того, щоб вирішувати проблему працевлаштування літніх людей, потрібно проєкт масштабувати або створювати франчайзингову модель для популяризації такого виду діяльності. Але за швидко масштабувати такий формат проєкту не вийде, тому що, як я писала раніше в цього проєкту є великий ризик – людський капітал. При встановленні бізнесових відносин з майбутнім колегою потрібно брати до уваги, який вік, чи є великі проблеми із здоров'ям. Тому що робота в кав'ярні потребує фізичні навантаження і тому цей вид діяльності може не підійти для літньої людини. Звичайно не для всіх, цей вид діяльності буде важкий, але такий фактор ризику потрібно враховувати найпершим.

Отже, узагальнюючи. Даному соціальному проєкту найголовніше масштабуватись, щоб покрити своєю діяльністю великі і маленькі міста України. А для цього першому закладу треба розвивати та розширювати свою діяльність, щоб період окупності зменшити до одного року і таким чином збільшити ймовірність відкриття нових кав'ярень.

### **Розділ 3. Управлінські висновки щодо реалізації соціальної кав'ярні «Щасливі люди»**

#### **3.1. Критерії оцінки успішності проєкту соціальна кав'ярня «Щасливі люди»**

Задля отримання логічного та обґрунтованого розуміння чи потрібно починати створювати проєкт, потрібно провести аналіз та оцінку ефективності проєкту. Оцінювати проєкт потрібно за такими критеріями:

1. Економічні показники (показники прибутковості, рентабельності та окупності);
2. Науково - технічний (новизна, користь, можлива широта застосування);

3. Соціальний (значимість для життя населення або покращення становища в країні);
4. Екологічний (зниження навантаження на навколишнє середовище) [47].

В залежності від ідеї проєкту ще можна оцінити проєкт на можливість масштабування:

1. Глобальний (для всієї планети);
2. Державний (для певної країни);
3. Регіональний (для певного регіону);
4. Місцевий (для окремого району або ділянки в регіоні);
5. Галузевий (для конкретної галузі підприємства);
6. Організаційний (для певної організації).

При оцінці проєкту варто пам'ятати, що певна ідея протяжна у часі, а вартість капіталізованих сум грошей (інвестицій) при цьому змінюється, тому це важливо враховувати при оцінці ефективності проєкту. Для оцінки проєкту може бути використаний будь-який проміжок часу для виконання проєкту, але частіше за все беруть часові обмеження в один рік [48].

В економічному показнику необхідно проаналізувати:

- Період окупності;
- Показники прибутковості;
- Рентабельність.

Проєкт кав'ярні сам по собі є прибутковим бізнесом, адже кожен другий мешканець, хоча б 1 раз на день випиває горнятко кави. Тому варіант створення соціального підприємства у форматі кав'ярні є досить непоганим варіантом.

По розрахункам, які були наведені вище, економічні показники свідчать, що щомісячний дохід кав'ярні сягає 131 250 грн (сума включає в себе середню вартість напою - 35 грн та кількість замовлених горняток 1 500 на один календарний місяць). Чистий прибуток формується з вирахуванням наступних показників: прибутків,

податків та постійні витрати. І тому чистий прибуток дорівнює 66 997,34 грн, досить непогано для першого місяця роботи.

З такими показниками доходів та чистого прибутку, період окупності закладу становить 3 роки. Але варто зауважити, що в даному прогнозу розрахунків, не враховується додаткові продажі їжі, продажу одягу, виробів зроблених власноруч.

Підсумовуючи можна сказати, що темпи розвитку закладу та період його окупності досить невеликий, при тому що під час роботи кав'ярні команда проекту буде створювати різні заходи та акції, для забезпечення додаткового доходу. Місто в якому я планую відкрити заклад не є досить великим, але воно туристичне та знаходиться на кордоні, а тому потік туристів є.

Наступний показник який потрібно проаналізувати є науково - технічний. Він включає в себе:

- Новизну проекту (тобто чи є схожі або аналогічні проекти в країні);
- Користь (чи є наша ідея, товар або послуга суспільно корисною);
- Можливість широти застосування.

Аналізуючи різні соціальні проекти та підприємства, організації та ініціативи, які займаються питання економічної активності літніх людей, можна зробити висновок, що формату соціальної кав'ярні де працюють саме літні люди в Україні поки що немає. Є фонди які допомагають пенсіонерам знайти нову роботу, є проекти які перераховують кошти на діяльність фондів, також є проекти які заохочують пенсіонерів (часто бабусь) до створення товару власного виробництва, як от смаколики чи сумки із фетру.

Також є різні ініціативи, які створюють самі пенсіонери аби не сидіти вдома, але таких зовсім мало. Є проекти які безкоштовно приносять додому харчові продукти аби людина могла собі забезпечити мінімальне проживання. А формату кав'ярні, яка буде приносити користь і людям пенсійного віку і відвідувачам закладу поки що немає.

На сьогодні в країні велика кількість людей пенсійного віку в країні завелика 11,4 мільйона осіб, при тому що загальна частка населення 41,9 мільйона. Крім пенсій які є досить невеликі, країна не займається розвитком та соціальним життя пенсіонерів після виходу на пенсію.

Тому, користь проекту полягає у тому, що працюючи у кав'ярні літня людина може отримати додатковий дохід до своїх пенсійних виплат, а також мати можливість соціалізуватись з молоддю та стати обличчям проекту. Соціальна користь полягає в тому, що чим більше людей приєднуються до проекту та відчують і побачать, що літні люди класні та також потребують соціалізації, то життя цих людей фінансово та морально покращиться.

Кавовий ринок є досить перевантажений, а кількість кав'ярень зашкалює. Але не всі заклади мають можливість вийти на окупність та забезпечити розширення свого бізнесу, тому що не мають унікального концепту та пропозиції. Але наш заклад має концепт і пропозицію якої немає поки що в країні. А тому фактор розширення підприємства та масштабування бізнесу є позитивним прогнозом розвитку бізнесу. Можливість широти застосування полягається в тому, що якщо даний проект сподобається цільовій аудиторії і прибутки кав'ярні зростатимуть, то можна прогнозувати відкриття ще кілька кав'ярень в такому ж форматі у різних містах країни.

Третім фактором для аналізу є соціальний. В даному факторі потрібно враховувати значимість для життя населення та покращення становища у країні. В силу того що наша держава не проводить політику та не піклується за літніми людьми, ця ноша покладається на плечі свідомих громадян. Розвиток подібних закладів допоможе людям, як з психологічної, моральної так і з економічної сторони. Якщо розглянути моральний бік цього питання, то надання робочих місць людям старше 60 років, дає можливість такій людині відчувати себе значимим, частиною соціуму, дасть відчуття що весь свій досвід та всі свої знання він (вона) може застосувати у житті.



Крім того, постійне знаходження поруч з молоддю дає можливість цій людині, з однієї сторони продовжити свою молодість, так як в нього буде можливість дізнаватись нову інформацію та розмовляти однією мовою з новим поколінням, а з іншою сторони, це дасть можливість молоді не забувати свою історію, дізнаватись щось нове та весь час навчатись, а також підтримувати зв'язок через покоління.

З економічної точки зору, ми всі чудово розуміємо, і дані держстатистики це підтверджують, що пенсії, які виплачуються у більшості випадку, є меншим за прожитковий мінімум, що не дозволяє людям вести гідний рівень життя, а знижують їх рівень до меж бідності, так як в них немає можливості сплачувати комунальні платежі, і купувати продукти харчування, а також купувати медичні препарати, без допомоги родини, або інших додаткових джерел отримання доходу. Коли ми влаштовуємось на роботу, роботодавець не зацікавлений в прийнятті на роботу деяких груп населення таких як:

- Молоді жінки;
- Студенти без досвіду роботи;
- Літні люди.

Тому такі заклади, як наш дає можливість літнім людям влаштуватись на роботу і мати додаткове джерело доходу і відчутти себе значимими та важливими, а не забутим поколінням. Тому наш проєкт дуже важливий, адже допоможе хоча б двом, а в майбутньому і більшості пенсіонерам.

Четвертим фактором для оцінки роботи є екологічний фактор. На сучасному етапі розвитку наша планета Земля потерпає від забруднення навколишнього середовища, а саме від великої кількості пластику, який заповнив увесь земельний та водний простір, викиди вуглекислого газу в атмосферу, всі шкідливі викиди великих постіндустріальних заводів та фабрик.

На жаль тенденція така, що вимирають рідкісні тварини та морські істоти. Відповідно порушується життєвий кругообіг в природі. Така тенденція впливає на людську расу. Можна побачити таку тенденцію, як старіння нації. У кожної другої

дитини при народженні, виявляють серйозні захворювання, які впливають на його якість та тривалість життя, кожна третя жінка – безплідна. З кожним роком спостерігається збільшення кількості рівня неврожаю. Наразі екологи світу говорять про проблеми пов'язані з глобальним потеплінням.

Наша кав'ярня буде маленьким кроком для вирішення глобальних проблем, пов'язаних з екологією. А також змусить когось задуматись та застосувати в своєму бізнесі нашу модель ведення такого підприємства.

Ми, як окремі індивіди, можемо на своєму життєвому рівні, змінювати загальну тенденцію, але в маленьких масштабах (наприклад, контролювати діяльність своїх близьких, друзів та рідних), але масштабний вплив на такому рівні не можливий. Створення даного закладу допоможе збільшити рівень позитивного екологічного впливу на навколишнє середовище.

Наш заклад не буде використовувати пластик який не переробляється. Кав'ярня буде працювати за форматом еко-френдлі не використовувати пластик який не переробляється, не пакувати їжу та напої у целофанові пакети, не використовувати трубочки з пластику. У господарській діяльності не будемо використовувати ганчірки які не переробляється, миючі засоби які тестуються на тваринах. Таким чином ми хоч мінімально, але знизимо кількість шкідливих відходів у середовище.

Якщо оцінювати фактор масштабування, то слід враховувати на якому рівні глобальному (для всієї планети), державному (для певної країни), регіональному (для певного регіону), місцевий (для окремого району або ділянки в регіоні), галузевий (для конкретної галузі підприємства), організаційний (для певної організації).

В нашому проєкті мова буде йти про рівень локальної дії, іншими словами дія на місцевому рівні. Бо перше саме на такому рівні ми зможемо ефективно використовувати ресурси та впливати на розвиток місцевого населення, тим самим

формуючи спільноту задля створення та масштабування проєкту на рівень країни, і в майбутньому формувати спільноту на міжнародному рівні.

Коли оцінюємо соціальні проєкти та програми варто відповідати на широке коло питань, таких як:

- Чи досить чітко сформульовані цілі, завдання, мета проєкту.
- Чи зможе ініціативна команда реалізувати задуманий проєкт в повному обсязі?
- Чи є логічним зв'язок між сформованою проблемою та специфікою діяльності?
- Чи реалістична мета?
- Чи буде реалізація проєкту сприяти вирішенню проблеми за яку береться ініціативна команда?
- Чи доступен задуманий проєкт цільовій аудиторії?
- Чи досить чіткі критерії оцінки результатів виконання проєкту?
- Наскільки реалістичним є збір коштів в установленому кошторисі?
- Чи буде співпрацювати проєкт зі спонсорами?
- Яка компетентність ініціативної групи?

Говорячи про оцінку проєктів, треба правильно сформулювати об'єктивні критерії їхньої діяльності. Умовно кажучи оцінку ефективності того чи іншого проєкту можна розділити на:

- Економічність;
- Ефективність;
- Результативність.

Економічність проєкту порівнюється у мінімізації вартості ресурсів, які ведуться на діяльність проєкту з огляду на відповідну якість. Ефективність вимірюється у співвідношенні між продуктів (в нашому випадку у вигляді товарів) з ресурсами використаними для їхнього виробництва. Результативність характеризується порівнянням цілей та результатами і з використанням ресурсів для досягнення поставлених цілей.

### **3.2. Оцінка очікуваного соціального впливу на цільову аудиторію соціальної кав'ярні**

Аналізуючи проєкт на постановку цілей, завдань та мету, по - перше потрібно окреслити ці показники. Метою проєкту є – створення затишної та нестандартної кав'ярні, яка працевлаштовує людей літнього віку задля покращення їхнього економічного становища з однієї сторони, а з іншою стороною популяризувати спілкування між різними поколіннями людей. Завданнями проєкту слугують:

- Працевлаштувати 2 і більше людей пенсійного віку;
- Створити певний резонанс на просторі соціального бізнесу в країні;
- Просувати та популяризувати працевлаштування літніх людей на роботи;
- Відкривати кав'ярні у великих містах країни.
- Цілями проєкту слугують:
  - Відкрити оф лайн заклад;
  - Запросити до співпраці бабусю та дідуся, які ціннісно підходять до проєкту;
  - Запустити краудфандингову кампанію на платформі Спільнокошт;
  - Зібрати 173 310 грн на відкриття закладу.

Якщо оцінювати реалістичні виконання даних цілей та завдань, то об'єктивно можна сказати, що вони є досяжними та не складають сильних затрат для їх виконання. Зібрати кошти на платформі Спільнокошт, вимагають досить багато часу на привернення уваги до проєкту, а також зусиль аби його про інвестували. Але надалі це зекономити час на проведення маркетингових кампаній, щодо розповсюдження інформації про проєкт.

Велику частку часу займе пошук локації та її ремонт. Даний формат проєкту не потребує великої кількості квадратних метрів, а тому пошуку приміщення звужуються. Ремонт займає від 3-х до 6 місяців, залежить від інтер'єрних вподобань. Але саме цей заклад буде виконаний у всім відомому стилі хюгге.

Питання відбору членів команди є досить обширним та комплексним, тому що не всі літні люди зможуть погодитись із цінностями якими слідує проєкт. Важливою складовою підбору членів команди є якість «комфортного спілкування» з літніми людьми, тому що потім вони будуть виступати амбасадорами проєкту, а щоб клієнтам було комфортно знаходитися у кав'ярні та виникало бажання повернутись ще раз. Тому при відборі важливо звертати увагу на два головних показники: «комфортність спілкування» та поділ наших цінностей. Пошук такої людини будемо проводити через партнерські організації, які займаються підтримкою та допомогою літнім людям. А також через знайомих котрі зможуть порекомендувати та познайомити з ініціативними пенсіонерами. Беручи до уваги той факт, що починати створювати оф лайн кав'ярню ми будемо в досить невеличкому місті, то пошук гарного баристи-бабусі може бути ризикованим, адже дехто не зможе витримати навантаження, декому не сподобається ідея закладу, а комусь не подобається умови праці.

Наразі команда проєкту не сформована, але етапі створення проєкту потрібна не велика кількість людей. По - перше необхідна людина, яка буде займатись соціальними мережами, тому що це основний канал комунікації з нашою цільовою аудиторією, а також можливість продавати додаткові товари через сторінки в інстаграмі. Другою важливою людиною буде фінансовий менеджер він же бухгалтер, який буде відповідати за кошториси проєкту та джерела їхніх надходжень.

Важливою складовою такого проєкту є людина яка буде відповідати за закупівлю кухонного обладнання, та закупівлі продовольчих товарів, тому що закупки потрібно робити регулярно у певній кількості і покладати це на плечі нашим баристам не потрібно. В класичному форматі роботи кав'ярні, баристи роблять майже всю роботу по життю кав'ярня. Вони і готують каву, і слідкують за чистотою у закладі, і роблять закупівлі та відповідають за бренд закладу, адже вони безпосередньо ті, з ким спілкуються клієнти. Але в нашому форматі закладу, я

планую розділити обов'язки прибирання приміщення та створення атмосфери закладу на різних співробітників. Це не буде виснажувати баристів від основної діяльності, а прибиральниця або прибиральник зможе навести чистоту в приміщенні. Тому команда проекту має складатись з таких ключових осіб:

- Засновник - людина яка відповідає за концепт, напрямки розвитку та цілісність проекту;
- Баристи - люди які варять каву та відповідають за комфортність перебування клієнтів у закладі;
- Фінансовий менеджер або бухгалтер - особа яка відповідає за звітність підприємства та джерела надходження додаткового прибутку;
- Прибиральник або прибиральниця - людина яка буде відповідати за чистоту приміщення.
- SMM - менеджер(ка) - людина котра буде створювати бренд закладу у соціальних мережах, а також заохочувати людей робити покупки у нашому онлайн магазині.

Надалі, коли проект буде розвиватись, штат працівники потроху буде зростати, за необхідністю. Але як показує практика, така складова команди вистачає для забезпечення роботи закладу.

Щоб оцінити чи зможе команда виконати проект в повному обсязі, потрібно прописати певні КРІ (ключові показники ефективності). Отже, ключовими показниками ефективності проекту є наступні:

- Обороти горняток кави становить 1500 - 3000 тисячі за один календарний місяць;
- Число постійних та лояльних клієнтів сягає 150 осіб, які регулярно відвідують наш заклад;
- Кількість згадувань у соціальних мережах перевищують 50 статей;
- За перші півроку роботи кав'ярні, більше 4-х інвесторів про інвестують проект;

- Відкрити курси з англійської мови для літніх.

Такі KPI на перші півроку роботи закладу. Команда, про яку я згадувала, раніше цілком зможе впоратись з даними цілями. Ризик виступає в тому, що за цей період потрібно знайти ще одну людину на позицію SMM - менеджер, тому що саме на цього менеджера(ки) буде припадати велика завантаженість. Досягти таких цілей не є важко, але потрібно враховувати певні ризики, наприклад - не задоволенням якості кави, що впливає на об'єми продажі, також ризиком може виступати не ініціативність громадян та в певній мірі їх не свідомість, що буде виражатись у незадоволені форматом та концептом закладу. Також ризиком може бути низька платоспроможність місцевих жителів. Але цей фактор перекривається потоком туристів, та розвитком міста. В даних показниках закладені мінімальні цілі, які потрібно досягти за півроку роботи, тому що надалі, щоб зменшити роки окупності до одного року і думати над тим, як ще розвивати та розширювати діяльність проєкту, важливо розуміти чи можемо ми вийти зробити поставлені цілі та розвинути за шість місяців.

Для досягнення цих KPI треба мати сформовану команду, яка разом зі мною буде розділяти цінності та розуміти навіщо вони це роблять і що зміниться в їхньому житті та житті нашої цільової аудиторії.

Відповідаючи на третій пункт оцінки проєкту «Чи є логічним зв'язок між сформованою проблемою та специфікою діяльності?», потрібно згадати розділ 1, де описана проблема старіння населення не тільки нашої країни, а й інших держав. Постановка проблеми звучить наступним чином - в нашій країні велика частка людей пенсійного віку. Країна на цьому етапі розвитку піклується за ними як може, хоча ми знаємо що недостатньо. Більшість з них отримують пенсійні виплати менше прожиткового мінімуму, що не дає їм можливості жити гідним життям.

Моя ідея полягає в тому, що можна створити соціальне підприємство де запросити до співпраці літніх людей, аби вони змогли покращити свій економічний стан. Як наслідок це призведе, до того, що вони зможуть займатись справою, яка

приносить прибуток, а також власним прикладом надихати інших пенсіонерів розвиватись та не сидіти вдома. Тому можна зробити висновок, що логічний зв'язок між проблемою - поганим економічним станом пенсіонерів, і частковим вирішенням даної проблеми - відкриття соціальної кав'ярні. Цей прогнозовано економічно вигідний проєкт, може виступати каталізатором для створення інших ініціатив для допомоги людям пенсійного віку.

Даючи відповідь на четверте питання чи реалістична мета нашого проєкту, а мета проєкту звучить наступним чином - створення затишної та нестандартної кав'ярні, яка працевлаштовує людей літнього віку задля покращення їхнього економічного становища з однієї сторони, а з іншою стороною популяризувати спілкування між різними поколіннями людей. Можна зробити умовивід, що це досить реалістична мета, хоча і багатогранна. Її багатогранність полягає в тому, що потрібно поєднати розвиток свідомості місцевого населення та з покращенням економічного стану пенсіонерів які будуть працювати в нашому закладі.

Це задача не є з легких і потребує досить великий проміжок часу. Але більше ніж впевнена, що даний формат точно приверне увагу до існуючої проблеми, так хоч на трошки, але покращить її. Чи буде реалізація проєкту сприяти вирішенню проблеми за яку береться ініціативна група. На мою думку, так буде, але не в повному обсязі. Це зумовлено кількома факторами, по-перше: певній частці клієнтів зможе не сподобатись концепт проєкту та товар який він буде надавати. Дехто взагалі не проявить інтерес до закладу, через свої вподобання. Комусь ідея проєкту сподобається, але він не зможе отримувати наш продукт через цінову політику, а певній частці формат закладу та його товар буде підходити в усьому, але таких людей, певно що буде мало.

Вподобання та інтерес цільової аудиторії до проєкту напряму кореляцію з покращенням ситуації проблеми. Тому що, чим більше людей буде про це говорити, робити пости у соціальних мережах і просувати ідею у маси, тим більший резонанс викличе проєкт. У майбутньому діяльність закладу не буде зациклюватись лише на



варінні кави та продажу інших товарів. В закладених планах розвитку проєкту, прописані цілі по відкриттю фондів з підтримки людей пенсійного віку, створення програм про саморозвитку літніх людей в різних сучасних темах, інвестування у проєкти інших ініціативних груп, які будуть займатись вирішенням економічного становища пенсіонерів, а також відкриття кав'ярень у великих містах країни.

Таким чином, ми зможемо потрошки, але покращувати ситуацію з економічним положенням людей пенсійного віку. Так, на це потрібен час та інвестиції у діяльність, але я впевнена, що коли ситуація справді зачіпає людину, вона готова робити ефективні дії, для її покращення або вирішення.

Шосте питання - «Чи доступен задуманий проєкт цільовій аудиторії», є комплексним, бо все залежить від ринку на якому ми будемо працювати. Кавовий ринок працює з великою конкуренцією, тому що кожен третій відкриває заклад зі стандартним меню та мінімальною унікальною пропозицією. І його «плавучість» на ринку, більше за все залежить від потоку клієнтів та ціною за каву. Багато бізнесів не створюють і не вкладають час та сили на створення унікальної пропозиції, для того щоб зачепити клієнта, змусити його задуматись, та залишити свій вибір за цим закладом. Навпаки, вони йдуть за принципом меншого опору і змагаються за краще та прохідне місце, уникають повної сплати податків та закупають неякісну каву, аби зекономити.

Наш заклад буде до вподоби тим людям які цінують якісну кави, їм подобається концепти закладу з ідею та важливими сенсом. Вони не гоняться за дешевими, хоч і привабливими, пластиковими стаканчиками. Ці люди цінують власний час та проводять його максимально якісно, будь-то за робочим комп'ютером або за розмовами з колегами, друзями чи родиною. Вони знають та готові платити за якісну каву ціну, яка вказана, без зайвих думок, що воно того не вартує. Гадаю, що такий заклад знайде свого покупця і інвестора.

Оцінки виконання проєкту прописані у нашому КРІ, які включають в себе кількість проданого товару, кількість постійних і лояльних відвідувачів, які мають

завітати до закладу і при виборі закладу повертатись до нас, також прописані згадування в соціальних мережах, про наш заклад, тут важливо наголосити, що це кількість постів які зробили відвідувачі та ЗМІ в інтернеті, а не наш заклад. Також прописані кількість інвесторів, на випадок, якщо заклад не зможе самоокуповуватись та приносити прибуток, це так званий, план Б. І останнім критерієм нашого КРІ є розвиток та масштабування проєкту, для того, аби розширювати канали комунікації з цільовою аудиторією, тим самим розширювати «зону покриття» знань про наш заклад. КРІ досягається в тому випадку, коли буде чітко розуміння, чи спрацює воно на практиці.

В КРІ прописан пункт про співпрацювання з інвесторами, це пункт закладений, як страхівний. Тому що в перші місяці роботи закладу об'єми роботи та фінансові обороти закладу, не будуть дозволяти розвиватись та розширюватись. І тому, відповідаючи на дев'яте питання, можу чітко відповісти, що так, буде. Також в планах проєкту прописана колаборація з різними брендами, для того, щоб популяризувати та звернути увагу потенційних інвесторів на наш проєкт. А також це гарна можливість заявити про себе та зробити бренд-кав'ярню. Колаборація може бути у різних напрямках та з різними проєктами і брендами. Але головною умовою з нашої сторони буде підтримання прописаних цінностей проєкту. Якщо потенційний бренд чи проєкт, буде їх поділяти, то колаборація вийде. Також колаборація приверне увагу потенційних клієнтів, які не знали про заклад. Вірогідно всього, що перша співпраця буде із місцевими магазинами та брендами, для того, щоб в першу чергу познайомити місцевих жителів із закладом. А надалі, коли досягнемо етапу розвитку - масштабування, зможемо і будемо робити колаборація з всеукраїнськими брендами.

Гарною ідеєю буде поєднання модних тенденцій, які полюбляє молодь і з нагадуваннями про важливе. Наприклад, нагадати молоді, як важливо читати книжки, а їх можна читати у нашій кав'ярні і таке інше. Тобто поєднувати головну особу - бабусю, акцентуючи увагу на одній з проблем - діалогу поколінь, та іншою,

не менш важливою проблемою, розвиток ерудиції у молоді, і робити відсилку на роботу закладу.

Команди проєкту поки що не існує, тому відповідати на десяти питання потрібно в теорії, і до того ж прописати компетенції кожного члена команди. Нагадаю, що потенційно наша команда складається з таких ролей:

- Засновники;
- Майстри каво варіння (баристи);
- SMM менеджер;
- Бухгалтер.

Засновник, в першу чергу повинен розумітися на кавовому ринку, на практиці вміти заварити смачну каву. Також знати та вміти правильно планувати цілі розвитку на короткі та довгі дистанції, а також знати куди проєкт повинен рухатись далі. Не від'ємною частиною роботи засновника, є правильно транслиувати місію та цілі проєкту, щоб кожен хто чує концепт роботи закладу, захотів до нього завітати. Важливою складовою роботи засновника є здатність планувати куди і як буде рости проєкт і масштабуватись, і за який період він зможе це зробити. Коли постає питання про джерела фінансування та здатність проєкту самоокупуватись, тут вже потрібно тверезо оцінювати можливості та ефективність проєкту, щоб мати бачення де взяти кошти на його подальшу діяльність. Власне, на цьому етапі засновнику потрібно порадитися з фінансовим менеджером (бухгалтером).

Фінансовий менеджер повинен вміти давати оцінку фінансової діяльності проєкту, вміти об'єктивно спрогнозувати чи буде рости прибутку, і у випадку якщо ні, вміти знайти вихід, де можна зменшити видатки. Також фінансовий менеджер повинен вести та складати фінансову звітність перед державою, щоб уникати штрафів. В цілому всю фінансову частину проєкту він або вона бере на себе.

Ключовою та головною роллю в цьому проєкті є баристи, наші літні люди. Головними критеріями відбору на цю роль, я вже описувала раніше. Ототожнюючи нагадаю, що ця людина, повинна бути приємною у спілкуванні, поділяти наші

цінності та мати про активну позицію по життю. Наступною роллю є SMM - менеджер - це та людина, яка повністю бере на себе функціонал по просуванню та створенню бренду у соціальних мережах. Вона або він буде створювати атмосферу на сторінках закладу, та розробляти маркетингову стратегію по просуванню проєкту за межами мережі Інтернет. Це дуже відповідальна та складна посада, і в майбутньому планується розширення місць. Також є людина із так званої саппорт тім, це прибиральник або прибиральниця. Ці чотири ключові ролі у даному проєкті. Надалі планується розширення штату, в залежності від потреб закладу.

Для того, щоб проєкту виріс і став незалежним, людини які займуть ці посади, повинні обов'язково мати досвід роботи та знатись на тенденціях розвитку їхніх напрямків. Невід'ємною частиною успіху цього проєкту, буде не тільки досвід команди, а й щире бажання вирішити та покращити проблему, за яку взявся проєкт. Так, пошук компетентних та релевантних співробітників на такі посади, буде складним, але вартим того.

Говорячи про економічність проєкту, важко оцінити наскільки економічним він буде. Чітко зрозуміло, що стартовою ціною для відкриття закладу є майже сім тисяч доларів, але економити на закупівлях зерен та супровідного товару, ми не плануємо. Адже проєкт буде працювати за принципом еко-френдлі, що є досить затратним. Тому аби збалансувати видатки та дохід проєкту, треба буде розширювати пропозицію та створювати додаткові міні- проєкти, аби інвестувати у проєкт. Надалі разом з досягненням KPI та проведенням різних колаборації, проєкт зможе вийти на самоокупність та самостійно забезпечувати свою діяльність. І через деякий час він не буде витратний та економічно «дорогий». Ефективність даного проєкту буде відрізнятись від класичної оцінки ефективного бізнесу, тому що перш за все в соціальному підприємстві важливий імпакт, а вже по-друге ефективність роботи, так званого «заводу» з вироблення кави. Але не можу не відмітити, що ці два фактори взаємопов'язані, тому що, імпакт буде тоді, коли заклад буде працювати на повну, а не в пів ноги, а це залежить від ефективності роботи

«заводу», тому що, якщо якість кави не буде задовольняти клієнтів - їх просто не буде і тоді корисного імпаکتу також не буде.

Результат вимірюється імпактом, іншими словами суспільно-корисним впливом на ситуацію або певну цільову аудиторію. В нашому випадку, результативність проєкту полягає в тому, як швидко ми можемо розвинути перший заклад, задля того аби розширювати географію діяльності і тим самим показувати на наголошувати на проблемі, яка існує.

Роблячи узагальнюючий висновок з усіх оцінок, можна сказати, що в нашій країні існує дві поки що не вирішені проблеми, перша це економічне становище літніх людей, викликаний низьким рівнем державних пенсійних виплат, а друга це втрачений зв'язок між різними поколіннями, так званий, діалог поколінь. Вирішення першої проблеми на державному рівні на даний момент не представляє нагоди а тим паче створення соціальних програм про розвитку в різних сучасних темах літніх людей та заохоченню молоді почати спілкуватись і спробувати зрозуміти пенсіонерів, не говорячи вже про допомогу їм.

Аналіз ринку соціального підприємства, який вирішує одну з наведених проблем, показав, що формату соціальної кав'ярні поки що не існує, і це великий плюс та створення унікальної пропозиції для клієнта. Також, можна припустити, що в майбутньому цей проєкт сподобається і за кордоном.

Економіка цього проєкту така ж сама, як і в звичайній кав'ярні. Невеликий бюджет для старту, та невелика команда працівників, що робить цей проєкт привабливо ефективним. Говорячи про ефективність важливо описати всі грані цього проєкту. По-перше діяльність проєкту буде приносити позитивний внесок у соціальне життя людей пенсійного віку, шляхом відкриття додаткових курсів та програм по саморозвитку, по-друге проєкт вирішує питання працевлаштування літніх людей після виходу на пенсію. Адже велика кількість людей пенсійного віку, після виходу на пенсію, ще мають змогу та бажання працювати, але умови ринку

такі, що якщо тобі за 40, а тим паче пенсіонер, то геть мала вірогідність того, що ти щось собі знайдеш.

По-третє робота проєкту створюється за принципом дбайливого ставлення до навколишнього середовища, це означає, що заклад у своїй роботі не буде використовувати матеріали та речовини, що не розкладаються і шкодять природі. Таким чином, ми будемо виховувати місцеве населення поведінку еко-френдлі людини та наголошувати на тому, що природа не гумова, а природні ресурси не нескінченні. В-четверте важливим аспектом діяльності проєкту, є бажання та створення умов для покращення становища комунікації між поколінням пенсіонерів та молоддю.

## ВИСНОВКИ

В ХХІ столітті старіння населення буде робити глибокий вплив на суспільство та потребувати підвищеної уваги з боку директивних органів. Як у розвинутих, так і країнах що розвиваються, частка літніх людей в структурі населення збільшується великими темпами. Старіння населення відображає успіхи, досягнуті в процесі розвитку людини, оскільки вони є результатами зниження смертності і збільшення тривалості життя. Старіння населення відкриває нові можливості, пов'язані з активною участю літніх людей як в економічному, так і в соціальному життю країни.

За даним прогнозом EUROPOP 2010, темпи зростання старіння населення будуть різнитись у країнах Європи. У розвинутих країнах подальше старіння буде проходити повільніше, ніж в постсоціалістичних країнах Європи, у яких внаслідок низьких показників народжуваності та тривалості життя, будуть скорочуватись чисельність населення. У 2010 р. рівень старіння в країнах ЄС був нижчим від середнього значення, а за наступні 50 років обстановка зовсім зміниться і всі вони будуть мати рівень старіння набагато вищий від середнього [1]. Великий рівень старіння населення постсоціалістичних країн Європи, у тому числі країн СНД, пояснюються – довгою стагнацією показників смертності, низьким рівнем народжуваності та великим міграційними відпливом населення.

Україна посідає тридцяте місце з країн світу з найстарішим населенням. На тлі чисельного скорочення населення у нашій країні його старіння в найближчі десятиліття прогресуватиме, адже невдовзі саме особливості такої вікової групи діятимуть у бік значного збільшення частки людей похилого віку. В такий час потрібні над зусилля для адаптації суспільства до цього глобального процесу змінення демографічних структур аби ситуація не перетворилась на так звану «кризу старіння», яка загрожує країнам з низькою народжуваністю.

За даними Пенсійного фонду України станом на 1 жовтня 2019 року, на обліку в державних органах Пенсійного фонду, перебуває 2,5 млн. працюючих пенсіонерів, з них 1,3 млн – жінки. Розглянемо зайнятість літніх людей. Питання зайнятості та використання потенціалу людей похилого віку пов'язує велике коло питань, яке характеризує рівень їхнього життя:

1. Зменшення нерівності, скоординувати інтереси різних вікових груп;
2. Доступність ринку праці;
3. Соціальні зв'язки, спосіб життя, коло однодумців;

Чинне законодавство не містить заборони щодо зайнятості літніх людей. У проміжок часу з 1991 по 1 жовтня 2011 р. не існувало також жодних обмежень щодо одночасного одержання й зарплати, й одержання пенсійних виплат в повному обсязі. Для літніх людей які йдуть на пенсію чи влаштовуються на роботу після 1 жовтня 2011 року, є деякі обмеження щодо розміру пенсійної виплати (виплачується тільки та частина пенсії, що визначається відповідно до Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування»). Відповідно, юридичних бар'єрів для зайнятості пенсіонерів в Україні майже не існує. За показниками Державної статистику України рівень зайнятості літніх жінок у віці 55-64 років становив 30%, а у чоловіків такий же показники становив 47%. Однією з головних причин чому Україна посідає останні строчки рейтингу за зайнятістю літнього населення, це низька межа пенсійного віку – 60, 63, 65 років в залежності від страхового стажу.

В Україні є декілька проєктів, які активно займаються питанням допомоги літнім людям, наприклад проєкт «Майстер на години» у Львові, започаткований задля того аби допомогти літнім людям, а також людям з I та II групою інвалідністю, впоратись з дрібним ремонтом в помешканні. У Києві проєкт «Трудолюб» покликаний допомогти літнім людям котрим за 50 років знайти роботу. Команда збирає вакансії, курси для саморозвитку та ресурси для освіти, для тих хто шукає або роботу, або можливість для саморозвитку. Проєкт дозволяє літнім людям



спробувати себе досить у незвичних професіях. Він руйнує будь-які стереотипи щодо відношення пенсіонерів до незвичних професій. В Одесі функціонує проєкт під назвою Gudzyk, що реалізує вироби (переважно фетрові сумки та аксесуари), які зробили літні люди. Молода команда бере на себе питання маркетингу, продажів та дизайном, а на стороні бабусь – створення класних виробів. Це дає можливість бабусям мати додаткове джерело надходжень, а для покупці можливість мати унікальну річ. В Києві працює пекарня «БаБулочка», особливість пекарні в тому, що випікають вироби літні бабусі. Вони роблять свою улюблену справу – випікають, використовуючи свої власні рецепти, заробляючи при цьому кошти. Проєкт почав працювати навесні цього року.

Ідея соціального підприємства кав'ярні «Щасливі люди» полягає у наступному – соціальний проєкт, покликаний залучити до активного життя літніх людей. Тільки-но увійте, ви заходите до кав'ярні, де грає весела музика, відчувається приємний аромат кави, гарний інтер'єр – поєднання лофту та меблів із деревини, а за барною стійкою стоїть усміхнена бабуся-бариста, яка вміє робити не лише смачний чай, але й раф-кафу та кон-панну. Особливість кав'ярні Щасливі люди – це команда співробітників бабусі та дідусі, які вміють не лише спекти смачні піріжки вдома, але і завар'ять запашну каву.

Місія проєкту – бути простором де різні покоління зможуть поговорити та випити запашної кави. Спонукає, прикладом кав'ярні, залучати літніх людей до економічної діяльності. Візія проєкту – сучасна кав'ярня з привітними та щирими бабусями та дідусями. Кав'ярня де панує затишок та тепла атмосфера. Цінності проєкту: активність, щирість в спілкуванні, відкритість, турбота. Вартість відкриття кав'ярня вартує (мінімально) від 173 310 тисяч гривень. Для того, щоб знайти таку суму будемо використовувати різні джерела потенційного фінансування. Перші збори будемо робити на краудфандинговій платформі Спільнокошт, термін збору коштів триватиме максимально півроку, сума коштів буде 100 000 гривень. Решту частину суми команда проєкту має фандрейзити їх. Щоб зрозуміти наскільки

вигідно створювати заклад такого формату, потрібно розрахувати період окупності, рентабельність та точку безбитковості.

Зведена таблиця всіх розрахунків представлена в табл. 2. 13.

Таблиця 2.13

Зведений розрахунок соціального підприємства кав'ярня «Щасливі люди»

Точка безбитковості, кіль-сть	Валовий прибуток, грн	Чистий прибуток, грн	Період окупності, роки
1	2	3	4
4167	119750	66997,34	3

Джерело: складено автором.

Підводячи підсумки, можна сказати, що для того щоб відкрити соціальну кав'ярню потрібно 173 310 грн загальних інвестицій. Точка безбитковості становить майже 4 тисячі одиниць товару в місяць. Чистий прибуток складає 66997,34 грн на місяць, а період окупності 3 роки.

Ризики з якими може зіткнутися проєкт Перший ризик це людський, тому що баристи у пенсійному віці можуть не справлятися із навантаженням та темпом роботи. Також деяким пенсіонерам буде важко працювати із обладнанням та рецептурою напоїв, що призведе до погіршення якості кави та на швидкості його приготування. Наступним ризиком є якість кавових зерен, а також у добросовісності постачальників зерен. Зернам потрібен спеціальний клімат аби вони не псувались, а так як успіхи кав'ярні можуть не піти, підприємство може «попасти» на витрати. Ще один ризик який потрібно брати до уваги, це дорогий вхід та вихід з ринку. Якщо справа не піде, а на балансі підприємства є обладнання, то надалі буде важко його реалізувати. Також варто зауважити, що сам концепт закладу є ризиком, тому що цільова аудиторія може не зрозуміти ідею кав'ярні, а отже не буде того імпаку на який йде розрахунок.

Важливою складовою нашого проєкту є соціальний ефект. В силу того що наша держава не проводить політику та не піклується за літніми людьми, ця ноша покладається на плечі свідомих громадян. Розвиток подібних закладів допоможе

людям, як з психологічної, моральної так і з економічної. Якщо розглянути моральний бік цього питання, то надання робочих місць людям старше 60 років, дає можливість такій людині відчувати себе значимим, частиною соціуму, дасть відчуття що весь свій досвід та всі свої знання він (вона) може застосувати у житті.

Крім того, постійне знаходження поруч з молоддю дає можливість цій людині, з однієї сторони продовжити свою молодість, так як в нього буде можливість дізнаватись нову інформацію та розмовляти однією мовою з новим поколінням, а з іншою сторони, це дасть можливість молоді не забувати свою історію, дізнаватись щось нове та весь час навчатись, а також підтримувати зв'язок через покоління.

З економічного боку зору, ми всі чудово розуміємо, і дані держстатистики це підтверджують, що пенсії, які становлять у більшості випадку, є меншим прожиткового мінімуму, що не дозволяє людям літнього віку вести гідний рівень життя, а погіршують їх рівень до меж бідності, так як в них немає можливості і оплачувати комунальні платежі, і купувати продукти харчування і купувати медичні препарати, без допомоги родини, або інших додаткових джерел отримання доходу

Роблячи узагальнюючий висновок з усіх оцінок, можна сказати, що в нашій країні існує дві поки що не вирішені проблеми, перша це економічне становище літніх людей, викликаний низьким рівнем державних пенсійних виплат, а друга це втрачений зв'язок між різними поколіннями, так званий, діалог поколінь. Вирішення першої проблеми на державному рівні на даний момент не представляє нагоди а тим паче створення соціальних програм про розвитку в різних сучасних темах літніх людей та заохоченню молоді почати спілкуватись і спробувати зрозуміти пенсіонерів, не говорячи вже про допомогу їм.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Giampaolo Lanzieri. The greying of the baby boomers: A century-long view of ageing in European populations / Eurostat. — Statistics in focus, Population and social conditions. — 23/2011. — 12 p
2. Загальна характеристика статево - вікового складу населення України / державна служба статистики. / 01.2014. Режим доступу - [http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ\\_new1/2014/dop\\_age\\_01012014.pdf](http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2014/dop_age_01012014.pdf)
3. Корчак-Чепурківський Ю. О. Розрахунок темпу зростання кількості і вікового складу тих, що живуть у стабілізованому населенні з постійним рівнем міграції (на прикладі м. Києва) // Демографічні дослідження. — К. : Наук. думка, 1970. — С. 24–41.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України: <http://www.idss.org.ua/index.html>
6. World Population Prospects, the 2010 revision [Electronic resource]. — Mode of access : [//www.un.org.ua](http://www.un.org.ua)
7. Новини ООН [Електронний ресурс]. — <https://news.un.org/ru/story/2019/04/1352171>
8. Mironova, L.O. Demyanenko, V.E. and Buryak, M.I. (2012), “Budget process: essence, stages of implementation and management methods”, Visnyk DDFA: Ekonomichni nauky, vol. 2, pp. 127–133.
9. Lisyak, L.V. (2009), Byudzhetna polityka u systemi derzhavnoho rehulyuvannya sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku Ukrayiny [Budget policy in the system of state regulation of socio-economic development of Ukraine], DNNU AFU, Kyiv, Ukraine.

10. Mishchenko, D.A. (2014), *Mekhanizmy derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrayiny: teoriya ta metodolohiya* [Mechanisms of state regulation of the agrarian sector of Ukraine's economy: theory and methodology], DDFA, Dnipropetrovsk, Ukraine.
11. Титаренко І.О., Іваненко Н. О. - Соціальний захист людей похилого віку в Україні: теоретичний аспект [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.socio-journal.kpi.kiev.ua/archive/2009/4/23.pdf>
12. Вікова структура населення України [режим доступу] – <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/dem/piramid/all.php>
13. Mironova, L.O. Demyanenko, V.E. and Buryak, M.I. (2012), “Budget process: essence, stages of implementation and management methods”, *Visnyk DDFA: Ekonomichni nauky*, vol. 2, pp. 127–133
14. Федерація профспілок України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.fpsu.org.ua/napryamki-diyalnosti/sotsialne-strakhuvannya-i-pensijne-zabezpechennya/15229-pensijne-zabezpechennya-u-2019-rotsi>
15. Українці готові заощаджувати на життєво необхідному заради дорогих статусних покупок / Веб-сайт Вкурсє (рубрика «Аналітика»), 16 лютого 2012 р. [Електронний ресурс]. — <http://vkurse.ua/ua/analytics/ukraincy-gotovy-ekonomit-na-zhiznennoneobkhodimom.html>
16. Sustainable development in the European Union — 2011 monitoring report of the EU sustainable development strategy / European Commission. — Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011 — 377 p
17. Старість на радість: як у Європі повертають пенсіонерів до активного життя. [Електронний ресурс] — <http://ufra.com.ua/podiyi/872-tretyi-vik.html>
18. Міжнародний день людей похилого віку. [Електронний ресурс] — <https://www.proactive.in.ua/2019/10/01/zolotiy-vik-mizhnarodniy-den-lyudey->

pohilogoviku/?fbclid=IwAR2Oj8pUi5B13FLMbQxh4hp7mvHy5maXIYZoHuK  
mxaTRD7jaUZok2JLt624

19. Господарський кодекс України [Електроний ресурс] -  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n462>

20. Податковий кодекс України [Електроний ресурс] -  
<https://i.factor.ua/ukr/law-24/section-517/article-14593/>

21. Соціальне підприємництво. Бізнес - модель. Реєстрація.  
Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. - Київ, ТОВ  
«Агентство «Україна», 2017. - 37с. [Режим доступу] -  
[https://drive.google.com/file/d/1n\\_7gdnZu\\_YnQOrgc0WN5B\\_ZRPb7h3xTH/view](https://drive.google.com/file/d/1n_7gdnZu_YnQOrgc0WN5B_ZRPb7h3xTH/view)

22. Податковий кодекс України [Електроний ресурс] -  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n4292>

23. Соціальне підприємництво. Бізнес - модель. Реєстрація.  
Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. - Київ, ТОВ  
«Агентство «Україна», 2017. - 62с. [Режим доступу] -  
[https://drive.google.com/file/d/1n\\_7gdnZu\\_YnQOrgc0WN5B\\_ZRPb7h3xTH/view](https://drive.google.com/file/d/1n_7gdnZu_YnQOrgc0WN5B_ZRPb7h3xTH/view)

24. Портрет клієнта. Покрокова інструкція по створенню [Режим  
доступу] - <https://azinkevich.com/portret-klienta/>

25. Головне управління статистики у Львівській області. [Режим  
доступу] - [https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/99/theme\\_99.php?code=99](https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/99/theme_99.php?code=99)

26. Зображення 2. Середньомісячна заробітна плата штатних  
працівників за містами та районами у Львівській області у 2019 році.  
Держстат України [Режим доступу] -  
[http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/oper/2019/t150619\\_14.pdf](http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/oper/2019/t150619_14.pdf)  
[http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/oper/2019/t150619\\_14.pdf](http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/oper/2019/t150619_14.pdf)

27. Портрет львів'янина: освічений, небагатий, пасивний. Результати  
дослідження [Режим доступу] -

[http://tvoemisto.tv/news/portret\\_lvivyanyna\\_osvichenyy\\_nebagatyuy\\_linyvyy\\_rezultaty\\_doslidzhennya\\_vizualizatsiya\\_80239.html](http://tvoemisto.tv/news/portret_lvivyanyna_osvichenyy_nebagatyuy_linyvyy_rezultaty_doslidzhennya_vizualizatsiya_80239.html)

28. Пенсійний фонд України. Інформаційна мапа [Режим доступу] - <https://www.pfu.gov.ua/informatsijna-mapa/>

29. Львівський портал. Середній розмір пенсії: Львівщина на 11 місяців по Україні [Режим доступу] - <https://portal.lviv.ua/news/2019/02/11/seredniy-rozmir-pensiyi-lvivshhina-na-11-mistsi-po-ukrayini>

30. Головне управління статистики в Одеській області. Населення та міграція [Режим доступу] - <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>

31. Міністерство фінансів. Середня заробітна плата по Одесі [Режим доступу] - <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F/>

32. Офіційний сайт газети «Одесская правда» [Режим доступу] - <https://prawwwda.com/ekonomika/23439-izvestno-na-chto-odessity-tratyat-bolshe-vsego-deneg>

33. Пенсійний фонд України. Інформаційна мапа [Режим доступу] - <https://www.pfu.gov.ua/informatsijna-mapa/>

34. Прожитковий мінімум на одну особу в розрахунку на місяць у 2019 році. Консалтинговий центр Актив [Режим доступу] - <https://www.centra-aktyv.com.ua/prozhytkovuj-minimum-2019/>

35. Платформа Доброе дело. Проект Добрий гость. [Режим доступу] - <https://odessa.dobroedelo.com.ua/255/dobryy-gost/kak-prinyat-uchastie-257>

36. GUDZYK. Створення трендових виробів із фетру бабусями. Enactus Україна. [Режим доступу] - <https://enactus.org.ua/gudzyk/>

37. Одеське життя Соціальний проєкт для пенсіонерів [Режим доступу] - <https://odessa-life.od.ua/news/41077-v-odesse-zapuschen-esche-odin-socialnyy-proekt-dlya-pensionerov-foto>
38. Головне управління статистику у Закарпатській області. Чисельність населення на 1 жовтня 2019 року [Режим доступу] - [http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/dem/2019/nasel\\_0110\\_2019.pdf](http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/dem/2019/nasel_0110_2019.pdf)
39. Міністерство фінансів України. Середньостатистична заробітна плата по Закарпатській області, станом на 1 жовтня 2019 року [Режим доступу] - <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0/>
40. Структура витрат на Закарпатщині. [Режим доступу] - [https://goloskarpat.info/society/598b152016068/?utm\\_content=031](https://goloskarpat.info/society/598b152016068/?utm_content=031)
41. Пенсійний фонд України. Інформаційна мапа [Режим доступу] - <https://www.pfu.gov.ua/informatsijna-mapa/>
42. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. — Київ, 2017. — стр. 86, 81, 125, 126
43. Як правильно розрахувати валовий прибуток. [Режим доступу] - <http://askme.zone/t/yak-pravilno-rozrahuvati-valovij-doh-d/1213>
44. Аналіз та оцінка ефективності проєктів: методи і система показників [Режим доступу] - [https://studme.com.ua/12800528/investirovanie/analiz\\_otsenka\\_effektivnosti\\_proektov\\_metody\\_sistema\\_pokazateley.htm](https://studme.com.ua/12800528/investirovanie/analiz_otsenka_effektivnosti_proektov_metody_sistema_pokazateley.htm)
45. Метод оцінки ефективності проєкту [Режим доступу] - [https://studme.com.ua/12800528/investirovanie/analiz\\_otsenka\\_effektivnosti\\_proektov\\_metody\\_sistema\\_pokazateley.htm](https://studme.com.ua/12800528/investirovanie/analiz_otsenka_effektivnosti_proektov_metody_sistema_pokazateley.htm)



46. Вісім екологічних проблем України [Режим доступу] - <https://news.finance.ua/ua/news/-/235280/visim-ekologichnyh-problem-ukrayiny>
47. Працевлаштування та пенсія. [Режим доступу] - <https://vynogradivska-gromada.gov.ua/pracevlashtuvannya-ta-pensiya-scho-ih-povyazue-1525269524/>
48. Hockerts, K. (2015). "How hybrid organizations turn antagonistic assets into complementarities". *California Management Review*. 57 (3): 83–106 с.
49. Komatsu, T. (2016). *Social Innovation Business Models: Coping with Antagonistic Objectives and Assets*. *Finance and Economy for Society: Integrating Sustainability. Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability*. 11. 315–347 с.
50. Bornstein, David (2007). *How to Change the World*. New York: Oxford University Press. pp. 126–127.
51. Рівень зайнятості населення у країнах Європейського Союзу та України [Режим доступу] – <https://edclub.com.ua/analityka/riven-zaynatosti-naselennya-u-krayinah-yevropeyskogo-soyuzu-ta-ukrayini>
52. Бідність в Україні у показниках соціальної статистики. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [file:///Users/maria/Downloads/socst\\_2013\\_2\\_15.pdf](file:///Users/maria/Downloads/socst_2013_2_15.pdf)

**ДОДАТОК А**  
**(капітальні витрати)**

<b>Категорія</b>	<b>Кількість</b>	<b>Вартість</b>	<b>Усього</b>
<b>Меблі</b>			
Барна стійка	1	3000	3000
Столи	6	1200	7200
Стільці	10	1000	10000
Інтер'єрні прикраси	10	750	7500
Вішаки	2	250	500
М'які пуфи	4	300	1200
<b>Усього</b>			<b>29400</b>
<b>Ремонтні витрати</b>			
Краска	5	500	2500
Інструменти	10	80	800
Лампочки	10	100	1000
Світильники	10	900	9000
Рукомийник	1	2700	2700
Туалет	1	2500	2500
Дзеркало	1	1500	1500
Інтер'єрна краска	2	2000	4000
Кран	1	1700	1700
<b>Усього</b>			<b>25700</b>
<b>Торгове обладнання</b>			
Програма Poster	1	17650	17650
<b>Усього</b>			<b>17650</b>
<b>Барне обладнання</b>			
Каво машина	1	25000	2500

Френч-прес	8	500	4000
Фільтри для води	1	1500	1500
Питчер	3	230	690
Коврик для темпінга	1	580	580
Холодильна вітрина	1	15000	15000
Міні холодильник	1	3000	3000
Кавомолка	1	12000	12000
Горнятка	30	45	1350
Ложки	30	20	600
Тарілки	25	40	1000
Виделки	30	30	900
Ножі	30	30	900
<b>Усього</b>			<b>66520</b>
<b>Стартова закупка</b>			
Кава	5 (кг)	450	2250
Цукор	3 (кг)	150	450
Молоко	10 (л)	25	250
Вода	2 (б)	67	134
Топпінги	5 (шт)	100	500
Чаї	6 (уп)	150	900
Еко-горнятка	100 (шт)	5	500
Мішалки	200 (шт)	1	200
Трубочки	200 (шт)	1	200
Серветки	500(шт)	1	500
<b>Усього</b>			<b>5884</b>
<b>Усього за підрахунками</b>			<b>173 310</b>

