

Шифр роботи: «Соціальне підприємство»

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА | 5 |
| 1.1. Сутність, мета, принципи, ефекти організації соціального підприємництва | 5 |
| 1.2. Місце соціальних підприємств в системі сталого територіального розвитку | 7 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОГ БІЛОЦЕРКІВСЬКЕ УВП «УТОС» | 10 |
| 2.1. Організаційно-управлінська та економічна характеристика соціального підприємства ПОГ Білоцерківське УВП «УТОС» | 10 |
| 2.2. Стратегічне планування діяльності Білоцерківського УВП УТОС в контексті забезпечення територіального соціально-економічного розвитку | 12 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ | 14 |
| 3.1. Напрями удосконалення управління соціальними підприємствами на місцевому рівні | 14 |
| 3.2. Рекомендації щодо заснування соціального бізнесу для забезпечення сталого територіального розвитку | 19 |
| ВИСНОВКИ | 21 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ | 22 |
| ДОДАТКИ | 25 |
| АНОТАЦІЯ | 35 |
| ПУБЛІКАЦІЇ | 36 |

ВСТУП

Актуальність наукового проєкту. Розвиток соціально-орієнтованої економіки потребує значного підвищення раціональності використання людських ресурсів. Сучасний стан ринку праці характеризується значним дисбалансом внаслідок падіння рівня реальної заробітної плати, збільшенням безробіття, зниженням попиту на певні види робочої сили, збільшенням чисельності соціально вразливих груп населення, потребою у вирішенні проблем інклюзивності. В цьому аспекті актуальним є формування, функціонування і розвиток соціального підприємництва, як одного із інструментів вирішення нагальних соціально-економічних проблем територіального розвитку.

Проблеми функціонування соціального підприємництва знайшли своє відображення у наукових розвідках як іноземних учених – Дж. Емерсона, Дж. Робінсона, М. Менделя, Дж. Строяна, Н. Генрі, Ф. Спреклі, Д. Борнштейна, С. Девіса, Дж. Остіна, І. Марті, Дж. Мейра та ін., – так і вітчизняних дослідженнях З.І. Галушки, А.І. Мокія, Н.Є. Гусак, А.А. Свинчук, А.О. Корнецького, М.А. Гончарової, А.М. Колота, О.А. Грішнкової, Л.В. Шаульської та ін.

Метою наукового проєкту є визначення ролі соціального підприємництва у формуванні й забезпеченні сталого розвитку територіальних громад.

Завдання наукового проєкту:

- дослідження сутності, мети, принципів, ефектів організації соціального підприємництва;
- з'ясування місця соціальних підприємств в системі сталого територіального розвитку;
- представлення організаційно-управлінської та економічної характеристики соціального підприємства ПОГ Білоцерківське УВП «УТОС»;
- стратегічне планування діяльності Білоцерківського УВП УТОС в контексті забезпечення територіального соціально-економічного розвитку;

- виявлення напрямів удосконалення управління соціальними підприємствами на місцевому рівні;
- формування рекомендацій щодо заснування соціального бізнесу для забезпечення сталого територіального розвитку.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку соціального підприємництва як засобу вирішення проблем територіальних громад.

В науковому проєкті використані **методи дослідження**: абстрактно-логічний – при обґрунтуванні теоретичних засад організації та управління розвитком соціального підприємництва; аналізу і синтезу – при проведенні оцінки фінансово-господарської діяльності досліджуваного соціального підприємства; моделювання – при проведенні стратегічного планування діяльності підприємства; спостереження, узагальнення, систематизації – у процесі розробки напрямів удосконалення управління соціальними підприємствами на місцевому рівні тощо.

Апробація результатів наукового проєкту. Основні результати наукового дослідження доповідалися й отримали схвалення на Міжнародній науково-практичній конференції студентів «Інноваційні пріоритети у розвитку економіки та менеджменту» на тему «Роль соціального підприємництва у забезпечення сталого територіального розвитку» (15 квітня 2020 р.); Міжнародній науково-практичній конференції магістрантів «Інноваційні пріоритети у розвитку економіки та менеджменту» на тему «Впровадження сучасних управлінських моделей в практику публічного менеджменту в Україні» (21 листопада 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції студентів «Інноваційні пріоритети у розвитку економіки та менеджменту» на тему «Державний інфосервіс «Start Business Challenge» як форма публічної взаємодії між владою і бізнесом» (18 квітня 2019 р.); науково-методичному семінарі, присвяченому 23-річчю з дня заснування кафедри менеджменту (16 жовтня 2019 р.) (матеріали додаються у розділі «Публікації»).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Сутність, мета, принципи, ефекти організації соціального підприємництва

Соціальне підприємництво є якісно новим видом діяльності, що поєднує підприємницьке новаторство та соціальну спрямованість, з метою вирішення певної соціальної проблеми. Основною метою соціального підприємництва є не отримання прибутку, а виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми. Слушним є узагальнення чотирьох підходів до визначення соціального підприємства – широкий, комбінований (комерційно-соціальний), інноваційний, соціальний [13] (Додатки А, Б). Принципами розвитку соціального підприємства є: соціальне партнерство і прозорість взаємин держави і бізнесу; добровільність та непримусовість, ініціативність з боку суб'єкта господарювання; системності державної політики, розділення політичних, економічних і господарських функцій; раціональність та ефективність інституціонального забезпечення [1].

Соціальне підприємництво – діяльність підприємств, спрямована на суттєві позитивні суспільні зміни. В той час коли бізнесмени сконцентровані на формуванні тільки фінансового прибутку, соціальні ж підприємці займаються збільшенням та формуванням соціального капіталу. Фінансова незалежність, створення суспільного багатства, відповідальність за навколишнє природне середовище, реінвестування доходів у бізнес з метою розв'язання соціальних завдань, інноваційність застосування нових підходів щодо вирішення соціальних проблем, масштабність та тиражність є критеріями оцінювання успіху соціальної підприємницької діяльності [24]. Цей вид діяльності може бути орієнтований на досягнення і соціальних, і комерційних результатів [23].

Основними ефектами, які характеризують розвиток соціального підприємництва, є: працевлаштування людей з інвалідністю та безробітних як

спосіб подолання соціальної ізоляції; поява нових напрямів розвитку державних соціальних послуг та їх реформування; виникнення та розвиток соціальних послуг, не актуальних для традиційного бізнесу; зниження навантаження на бюджети регіонів. Відповідно, соціальне підприємство може охоплювати діяльність соціальних організацій державного сектору; традиційних бізнесових соціально відповідальних організацій, які включають соціальну складову; неприбуткових недержавних організацій [19].

Через взаємодію з громадянським суспільством соціальне підприємство сприяє зростанню суспільного багатства та більш справедливому розподілу ресурсів, стаючи здобутком «спільного виробництва», тобто результатом колективної дії громадян. Діяльність представлена у галузях, що пов'язані з реалізацією суспільних благ (освіта, екологія, боротьба з бідністю, забезпечення прав людини) [15].

Розвиток соціального підприємництва в Україні ускладнюється відсутністю ефективного законодавства, покликаною регламентувати їх діяльність, невизначеністю основних понять та критеріїв ідентифікації цих підприємств. Значна частина вітчизняних соціальних підприємств функціонує у формі громадських та благодійних організацій. Прообразами сучасних соціальних підприємств, їх класичними представниками є підприємства громадських організацій (ГО) інвалідів, найбільш відомими серед яких є започатковані у 30-х роках ХХ ст. УТОС та УТОГ. Згідно даних Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців в Україні функціонує 70 підприємств УТОС та 40 підприємств УТОГ [13].

Головними суб'єктами вітчизняних соціальних підприємств є: громадська організація + фізична особа-підприємець – 28 % підприємств, громадська організація – 26 %, фізична особа-підприємець – 15 %, ТОВ – 13 %, підприємство як об'єднання громадян – 13 %, благодійний фонд – 2,5 % та приватні підприємства – 2,5 % [1]. Згідно дослідження фонду «Євразія», близько 30 % українських соціальних підприємств є бізнес-організаціями, 60 % – неприбуткові організації і приблизно 10 % є поєднаннями неприбуткової організації і підприємства. [17]. Зарубіжний та вітчизняний досвід демонструє, що суттєва частка соціальних підприємств залучає

зовнішні джерела фінансування: в Україні як і в США – це передусім кошти приватних фондів, у Європі – дотації від держави, гранти. Відмінною рисою українських підприємств, що створені ГО інвалідів, є одержання податкових пільг, якщо частка працівників-інвалідів становить не менше 50 % персоналу. За часів СРСР вони були виконавцями державного замовлення, нині підприємства не мають такої преференції й працюють в конкурентних ринкових умовах.

1.2. Місце соціальних підприємств в системі сталого територіального розвитку

В ХХІ ст. в Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій, як один із ефективних механізмів вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад [4]. В умовах децентралізації, коли вирішення переважної більшості локальних питань лягає на місцеві бюджети, ігнорування розвитку соціального підприємництва призведе до посилення додаткового бюджетного навантаження щодо підтримки соціально вразливих верств населення. У випадку ж його активізації це сприятиме самозайнятості, самофінансуванню й, відповідно, формуванню самодостатності інклюзивних груп працездатних – людей з вадами зору, слуху, опорно-рухового апарату, ментальними порушеннями тощо. Це стає актуальним також у випадку із забезпечення роботою тих, хто повернувся з війни на Сході України, належить до внутрішньо переміщених осіб. Регіональний соціальний бізнес, що ґрунтується на загальних та специфічних принципах ведення справ, має стати фактором зростання господарського потенціалу локальної соціально-економічної системи. Це механізм, що може сприяти вирішенню викликів відпливу молодого працездатного населення із сільських районів та за кордон, проблеми зменшення послуг соціального характеру в об'єднаних територіальних громадах (комп'ютерних, освітніх, оздоровчих, ремонтних, фінансових т. і.).

Економічний результат соціальних підприємств УТОС та УТОГ – його чистий прибуток після відрахувань засновнику. Основні соціальні результати діяльності – це

соціальний захист і піклування про працівників; участь у житті та розбудові громади; співпраця з іншими групами впливу у розв'язанні економічних, соціальних, екологічних та інших проблем. Для місцевих органів влади економічним ефектом є розмір відрахувань до місцевого бюджету. Індикаторами виміру економічної та соціальної діяльності соціальних підприємств на локальному рівні мають стати позитивні зміни соціальних показників розвитку місцевої громади, для цього повинна бути встановлена база порівняння – за правилом це цільові значення індикаторів діяльності соціальної організації на території громади в рамках планового періоду.

Проект Євросоюзу SELUSI щодо дослідження діяльності понад 600 соціальних підприємств регіону, встановив основні сфери їх діяльності, серед яких є соціальний розвиток та розвиток громади – 14,34 % поруч із соціальними послугами – 16,7 %, працевлаштуванням та навчанням – 14,88 %, охороною довкілля – 14,52 %, освітою – 14,52% та ін. [16]. Американські соціальні підприємства задіяні здебільшого у сфері послуг і менше в сфері економічного розвитку громади [22].

Особливої уваги щодо їх організації на місцевому рівні заслуговують соціальні підприємства Великобританії [25] – компанії, що діють в інтересах громади – організація громадського блага (CIC – community interest companies, 2005). Це форма діяльності, спеціально створена для соціальних підприємств, активи та доходи якої мають використовуватися для блага суспільства та діяти в сферах соціального житла, догляду за дітьми, громадського транспорту, дозвілля). CIC може створюватися як компанії з обмеженими гарантіями (весь прибуток реінвестується в підприємство) або як товариства з обмеженою відповідальністю (акціонерам можуть видаватися обмежені дивіденди, їх сума має не перевищувати 35% розподіленого прибутку). Така організація повинна сформулювати положення стосовно діяльності в інтересах громади та так званий «Замок на активи» (Asset Lock), який призначений для використання активів CIC на благо громади. Гранична сума, отримувана акціонерами, становить 20% від вартості частки в акціонерному капіталі, сплаченої ними. Відсутні податкові пільги, проте такими компаніями можуть бути одержані кошти з відповідних державних фондів. Крім цього такі підприємства мають

пройти тест на встановлення інтересу громади. Річна звітність щодо інтересів громади повинна бути розміщена у державному реєстрі компаній.

В Італії соціальне підприємство (Social Enterprise 'ex-Lege') є своєрідним брендом, який може бути використаний організаціями, що відповідають таким вимогам: бути приватним підприємством, діяльність якого здійснюється в інтересах громади, є неприбутковою організацією, але її підприємництво полягає у продукуванні суспільно корисних товарів та послуг. 70% загального доходу при цьому повинно бути отримано внаслідок цієї основної діяльності. Шляхом консультування та інформування члени й задіяні стейкхолдери мають право впливати на процеси прийняття рішень. Соціальне підприємство – організаційно-правова форма всіх зареєстрованих організацій [21].

В Україні розвиток соціального підприємництва більш ніж на 1/3 підтримуваний місцевою владою. (Додаток В). На рівні регіонів є внутрішні та зовнішні фактори, що стимулюють його розвиток (Додаток Г) [2]. Таке підприємництво є інновацією, нестандартним підходом, відповідальністю за громаду. Для того, щоб взяти на себе відповідальність і розпочати суспільні зміни, має бути створено відповідне середовище. На думку експертів прискорити розвиток соціального підприємництва і ЄС, і в Україні можуть [10]: відповідна освіта і навички щодо бізнесу з характерними особливостями та певною методологією; уніфікований підхід до правового регулювання; пільгове кредитування; грантові кошти; інформаційно-просвітницька діяльність серед бізнесу, влади, споживачів; підтримка створення ринку соціальних послуг, державні закупівлі; безкоштовна консультаційна та адміністративна підтримка із залученням бізнесменів-комерсантів, успішних соціальних підприємців тощо.

В Україні основою успіху соціального підприємництва може стати формування національної стратегії розвитку соціального підприємництва, що скоординує зусилля всіх стейкхолдерів: підприємців, громадських організацій, держави, донорських структур. Водночас важелем регіонального розвитку може стати розробка і реалізація концепцій (стратегій) розвитку соціального підприємництва регіону. Приміром, у Львівській області розроблена Комплексна програма соціальної підтримки окремих

категорій громадян Львівської області на 2018-2020 роки, передбачено фінансові ресурси для її реалізації [5].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОГ БІЛОЦЕРКІВСЬКЕ УВП «УТОС»

2.1. Організаційно-управлінська та економічна характеристика соціального підприємства ПОГ Білоцерківське УВП «УТОС»

Метою створення Підприємства об'єднання громадян Білоцерківського учбово-виробничого підприємства Українського товариства сліпих, було працевлаштування людей з порушенням зору або повною його відсутністю, створення адаптованих робочих місць і особливих побутових умов та соціальний захист [8] на виробництві електроустановочної продукції. На заснованому в 1933 році підприємстві почало трудову діяльність 13 осіб, нині тут працює понад 400 інвалідів по зору та інваліди з іншими захворюваннями. УВП забезпечує працевлаштування і соціальний захист інвалідам 12 районів Київської області, має філію в місті Умань. Створено надомну ділянку для роботи не виходячи з дому для роботи повністю сліпих працівників, або осіб з обмеженим пересуванням. У підприємства є повна інфраструктура для соціальної адаптації та життя людей з інвалідністю.

У 2019 році вироблено товарної продукції у обсязі 136,59 млн. грн., проти 126,26 млн. грн. у 2018 (на 6,4 % більше відносно попереднього року) (Додаток Д, Додаток Е). Однак обсяг реалізації у звітному році впав проти 2018 року і становив 92,7 % від обсягу товарної продукції. Темпи зростання випуску продукції протягом 2016-2019 років досить високі. У 2019 році порівняно з минулим 2018 р. реалізація випущеної продукції зменшилася й становить 92,86% обсягу попереднього року, а порівняно з базисним 2016 роком реалізація зросла у 1,5 рази. Серед аналізованих років найбільш вдалим видався 2018 рік. Близько 80% виробленої продукції експортується – більшість продукції збувається в країни СНД завдяки багаторічним зв'язкам з підприємствами ліфтової галузі. Веб-сайт підприємства є одним із засобів просування продукції. Білоцерківське УВП УТОС постійно у пошуку замовлень. На загалом позитивне відхилення за обсягом реалізації продукції Білоцерківське УВП УТОС впливає низка факторів, а саме: високий рівень виконання завдань з випуску

товарної продукції за обсягом, асортиментом та якістю; ритмічність виробництва; чітка система організації збуту продукції, контролю за ходом випуску тощо.

Згідно штатного розпису на підприємстві працювало у 2019 році 727 працівників, з яких інвалідів – 387, в тому числі інвалідів по зору – 261 особа. Отже, питома вага працівників-інвалідів у загальній чисельності зайнятих складає 52,7%, з яких 67,4 % – незрячі робітники (Додаток Ж). Ефективність використання трудових ресурсів підприємства визначається продуктивністю праці [9]. Середньорічний виробіток на одного працюючого Білоцерківського УВП УТОС у 2019 році порівняно з попереднім роком збільшився на 19 тис. грн., або на 11,24 %, у тому числі на одного робітника-інваліда – на 42 тис. грн., (на 13,2%), при тому, що протягом досліджуваного періоду чисельність працюючих, і в тому числі робітників-інвалідів, зменшилася в середньому на 5% (Додаток З). Отже, продуктивність праці має стрімку динаміку, свідчить про високий рівень професіоналізму як робітників-інвалідів, так і всього персоналу загалом. За рахунок зростання продуктивності праці у розрахунку на 1 працюючого досягнуто збільшення обсягу виробленої продукції на 8,3 млн. грн. Причинами такого стану речей є оптимальна чисельність робітників з глибокою спеціалізацією виконуваних функцій, раціональне використання ними робочого часу.

Про джерела фінансування на період заснування невідомо, а нині УВП є самоокупним, також отримує від держави пільги: не сплачує податок на прибуток та землю, щорічно одержує держпідтримку для фінансування розвитку соціальної сфери.

Основні показники, що характеризують динаміку реалізації продукції і прибутку Білоцерківського УВП УТОС, наведені в Додатку К. Горизонтальний аналіз абсолютних показників показує, що підприємство у 2019 році досягло нижчих фінансових результатів у комерційній діяльності порівняно з фактичними даними 2018 року. У 2019 році було отримано лише 5,96 млн. грн. прибутку, проти фінансового результату 11,24 млн. грн. у 2018 році, при цьому виручка від реалізації продукції зменшилася на 7,14 % і становила 125,67 млн. грн. В свою чергу знизилася собівартість реалізованої продукції на 7,6 %. Рівень рентабельності реалізованої продукції у 2019 році склав майже 6,66%, на відміну від 2018, коли цей показник

становив 11,61 %, тобто був майже вдвічі більшим. На зміну прибутку від реалізації Білоцерківського УВП УТОС, а, отже, і на рівень рентабельності реалізації вплинуло зниження попиту на продукцію галузі та посилення конкуренції протягом 2019 року. Розрахунки економічних результатів діяльності досліджуваного підприємства демонструють той факт, що отримані ним податкові пільги чинять суттєвий вплив на рівень прибутковості їх діяльності. Чистий прибуток УВП УТОС у 2018 році складав 87,3 % від суми податкових пільг, а у 2019 роках лише 44 %.

2.2. Стратегічне планування діяльності Білоцерківського УВП УТОС в контексті забезпечення територіального соціально-економічного розвитку

Стратегія у сучасному розумінні визначається та формулюється, як мистецтво суспільного і політичного керівництва масами, що має визначати головний напрям їх дій, вчинків, а також спосіб дій, лінія поведінки кого-небудь [7]. Стратегічне планування як функція управління спрямоване на визначення напрямку діяльності організації. Оскільки Білоцерківське УВП УТОС покликане задовольняти соціальні потреби своїх працівників – жителів громади – шляхом організації активності людей з інвалідністю, формування стратегії його розвитку набуває особливого значення. Для оцінки актуальності продуктового портфелю Білоцерківського УВП УТОС побудовано матрицю Бостонської консультативної групи, для чого охарактеризовано портфель пропозицій підприємства (Додаток Л). Випускаючи широкий асортимент електроустановочних виробів, УВП здійснює свою діяльність в десяти основних напрямках виробництва (СЗГ): електропатрони, вимикачі, вимикачі прохідні, запобіжники автоматичні, блоки контактів, вилки, розетки, заціпка, роліки. Додаток М демонструє матрицю БКГ для досліджуваного соціального підприємства. Пропонуємо варіантів продуктової стратегії (Додаток Н):

- вихід на ринок (товар «дикі кішки») – пропонуємо за рахунок інвестицій провести додаткові дослідження і вирішити: чи вилучити із продуктового портфелю продукт блоки контактів 0411E, 0621E, чи збільшити частку ринку вимикачів прохідних ВПК, ВП 15, стосовно ж запобіжників автоматичних ПАР 10, 16, 25 варто збільшити частку ринку;

- ріст (товар «зірка») демонструє виробництво вимикачі ВБ5, ВБ5-1, ВБ5-2 та вимикачі серії ВП 73. Збільшити обсяг реалізації, оберігати і зміцнювати за рахунок додаткових інвестицій – завдання для підприємства.

- зрілість (товар «дійна корова») – збільшити обсяг реалізації продукту вилки збірки В6, В16. підтримувати виробництво електропатронів. Надлишок грошових засобів спрямувати на підтримку продуктів – вимикачі ВБ5, ВБ5-1, ВБ5-2, вимикачі прохідні ВПК, ВП 15, запобіжники автоматичні ПАР 10, 16, 25, вимикачі серії ВП 73;

- спад (товар «собака») – пропонуємо зменшити обсяг реалізації розеток та вилучити із продуктового портфеля вимикачі ВБ5, заціпки FAA.

Вважаємо, що грошові потоки і прибуток підприємства зміняться внаслідок задіяння зазначених заходів. В 2017-2019 р. освоєно виробництво роликів, блоків, нових типо-розмірів розеток, вилок, затискачів натяжних. Це дало змогу завантажити роботою та зберегти робочі місця та забезпечити заробітною платою працівників з інвалідністю, розширити ринки збуту, забезпечити фінансові результати підприємства.

Складнощами у роботі Білоцерківського УВП УТОС є обмежений в Україні ринок збуту. Продукція підприємства орієнтована на галузь машинобудування, ліфтову, в Україні ж сформувалася тенденція до зменшення обсягів виробництва підприємств цих галузей. Крім того, постійно підвищується вартість сировини та енергоносіїв і, відповідно, збільшується собівартість продукції, ускладнюються пошуки іноземних ринків збуту. Викликом для підприємства також є брак кваліфікованої робочої сили. УВП відчуває потребу в молодих кваліфікованих фахівцях технічного профілю для посилення конкурентоспроможності виробництва.

Проведений економічний аналіз свідчить про те, що основними проблемами поліпшення соціально-економічних результатів діяльності Білоцерківського УВП УТОС є його внутрішні проблеми, пов'язані з удосконаленням управління та підвищенням ефективності їх діяльності. Йдеться про раціоналізацію використання фінансових, трудових, матеріальних, інформаційних ресурсів, їх спрямування на позитивний результат. Ключовою проблемою в цьому контексті вбачаємо у вмінні гармонізувати соціальні та бізнесові цілі діяльності підприємства, налагодженні операційних процесів, оптимальному розподілі ресурсів та врахуванні інтересів широкого кола стейкхолдерів.

Кропітка робота з подолання проблем на шляху роботи Білоцерківського УВП УТОС з одночасною підтримкою працівників з інвалідністю є головним досягнення підприємства.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

3.1. Напрями удосконалення управління соціальними підприємствами на місцевому рівні

Регіональна програма має бути органічною складовою національної програми підтримки соціального підприємництва, основними цілями якої вбачаються такі: забезпечення рівноправних відносин у взаємодії з класичними суб'єктами господарювання; формування сприятливих ринкових умов розвитку соціальних підприємств; стимулювання ділової активності та забезпечення конкурентного порядку функціонування соціального підприємництва.

Принципами активізації соціального підприємництва є: - селективний характер – передусім підтримка соціальних підприємств, що орієнтовані на розв'язання найактуальніших соціальних проблем і що здійснюють діяльність на інноваційних засадах; - лімітований протекціонізм з пріоритетністю застосування непрямих форм підтримки, які не спотворюють дію ринкових механізмів; - системна підтримка, що опирається на використання програмно-цільового підходу – комплексу загальнодержавних, регіональних та місцевих програм сприяння розвитку соціальних підприємств з розмежуванням повноважень та функцій між центральними та територіальними органами влади; державними, недержавними й громадськими організаціями; - гарантований характер – підтримка, закріплена договорами із зазначенням взаємної відповідальності сторін.

Інструменти політики сприяння соціальному підприємництву: - формування самостійної законодавчої, нормативної бази, ідентифікація статусу «соціальне підприємство», його публічне підтвердження; - інституційний супровід – наявність урядових установ щодо реалізації політики підтримки соціального підприємництва; - чітке розмежування функцій між центральними та територіальними органами влади

щодо підтримки соціального бізнесу; - взаємодія різних рівнів органів публічної влади з об'єднаннями (союзами) підприємців, громадських, волонтерських, благодійних організацій; - реалізація різнорівневих програм сприяння розвитку соціальних підприємств шляхом державного та місцевого фінансування; - державні (регіональні) замовлення (контракти); - податкові стимули; - застосування фінансових та кредитних важелів – державне пряме фінансування, кредитування, гарантування кредитів; недержавне кредитування, в тому числі міжнародне; - створення спеціалізованих кредитно-фінансових установ; - стимули щодо залучення фінансових засобів бізнесових структур із забезпеченням державного страхування, гарантування, компенсацій, системи державних контрактів; - маркування продукції як засіб розпізнання, формування бренду соціальних підприємств тощо.

Місцеві програми сприяння розвитку соціальних підприємств мають ґрунтуватися на потребах, можливостях й особливостях відповідного регіону, враховуючи специфіку таких підприємств. Розробка та виконання регіональної програми включає: - формування виконавчих інституцій програми із залученням органів влади регіону, консалтингових та інших організацій, громадських об'єднань; - встановлення переліку соціальних підприємств, функціонування яких відповідає першочерговим соціальним завданням; - визначення фінансових джерел.

Кожна регіональна програма сприяння розвитку малого і середнього бізнесу та, зокрема, програма підтримки соціальних підприємств, має включати такі підпрограми: - вдосконалення нормативної регламентації підприємницької діяльності; - фінансова, кредитна, інвестиційна підтримка; - інформаційний супровід та ресурсне забезпечення.

Організаційні інструменти програми мають передбачати формування консультаційних центрів щодо питань оподаткування, фінансування, юридичних питань тощо із залученням наявних структур при міських, районних радах та адміністраціях. Поза те, до компетенції таких центрів має входити проведення популяризаційної та роз'яснювальної політики щодо соціального підприємництва.

Вагомою складовою регіональних програм має стати система заходів щодо надання соціальним підприємствам в оренду на пільгових засадах (або на

безоплатних умовах) приміщень, що знаходяться на балансі області, району чи міста та не використовуються.

Фінансова допомога соціальним підприємствам може бути здійснена шляхом їх включення до переліку об'єктів, які фінансуються з наявних фондів підтримки підприємництва, тому що в більшості стартапи соціальних підприємств потребують зовнішнього фінансування. Попри це, створення таких фондів і фінансування соціальних підприємств стає можливим з розробкою та реалізацією на рівні області (району, міста) цільових програм розвитку підприємництва, в тому числі соціального, беручи до уваги ту обставину, що такі підприємства формують подвійний ефект і для держави, і для громади. Надання коштів із цільових обласних (районних, міських) програм можуть стати результативним механізмом фінансової підтримки соціальних підприємств без суттєвих витрат ресурсів з можливістю реалізації в усіх регіонах України. Щорічно регіональна влада затверджує обласні/районні/міські програми, в рамках яких соціальні підприємства можуть на конкурсній основі одержувати кошти для задоволення соціальних потреб, або для розвитку бізнес-складової. Необхідно встановити конкретні заходи, на які можуть використовуватися кошти таких програм, процедури контролю використання цих коштів (регулярна звітність про використання отриманих коштів) та оцінки ефективності діяльності соціальних підприємств.

Продукція Білоцерківського УВП УТОС знаходить свого споживача за кордоном, в Україні та, в тому числі, в м. Біла Церква – у спеціалізованих магазинах електротоварів, великих ритейлах, («Епіцентр», «Будмаркет», «Шуруп» т. і.), на речових ринках, де, зокрема, білоцерківчани придбавають у продавців-інвалідів з вадами слуху, опорно-рухового апарату виробни УВП. Видається за доцільне організувати роботу фірмових магазинів підприємства передусім у місті й регіоні, рекламну кампанію здійснювати за підтримки місцевої влади, ЗМІ, приватного бізнесу тощо. Маркування продукції УВП УТОС з використанням відповідних піктограм дозволить започаткувати процес брендування для асоціації в уяві споживача з маркою підприємства. Наприклад, прийняте в світі соціальне позначення зі словами «Fair trade» є знаком справедливої торгівлі продукцією, виробники якої отримують за свою роботу гідну винагороду, достатню для покриття всіх своїх витрат

і отримання прибутку. Таке маркування використовується, зокрема, до виробників handmade.

Місцеве управління покликане здійснювати моніторинг активних вітчизняних та іноземних програм і проектів підтримки соціального підприємництва, експансіоністську пропаганду та інформування про них членів територіальної громади. Звертає на себе увагу показовий приклад такої роботи у Львівській, Івано-Франківській, Житомирській, Донецькій областях.

Програма Фонду Східної Європи «Місцевий соціальний розвиток» має за мету покращення якості життя соціально незахищених груп населення за допомогою забезпечення доступу до якісних послуг та захисту їхніх прав. До завдань програми належать поліпшення можливостей місцевих зацікавлених осіб – продуцентів соціальних послуг, органів місцевої влади, інших організацій у наданні соцпослуг; організація та проведення навчання щодо покращення життєвих навичок і навичок працевлаштування вразливої молоді; налаштування стійкого партнерства з місцевим бізнесом та владою; утворення можливостей щодо соціальної інтеграції людей з інвалідністю і літніх людей; спрощення та розширення доступу до інфраструктури і послуг для вразливих груп населення. Цікавою пропозицією активного проекту в рамках програми ФСЕ разом з німецькою ГО ChildFund Deutschland e.V. є заснування у сільській місцевості та малих містах України соціальних шкільних підприємств з метою заохочення молоді до соціального підприємництва, розвитку активності дітей, формування у них соціальної відповідальності. Вже реалізовані проекти для людей з особливими потребами, безробітних, літніх людей, [18].

Програмою розвитку малого та середнього підприємництва та інвестиційної діяльності в місті Білій Церкві на 2019-2020 рр. одним із пріоритетних завдань передбачено розвиток соціального підприємництва, що включає: власне розробку програми дій в цій частині; визначена потреба у фінансуванні на 2019-2020 рр. у обсязі 300 тис. грн., джерелами фінансування встановлено кошти міського та обласного бюджетів; визначено відповідальні та залучені учасники проекту – КП Білоцерківської міської ради «Агенція стратегічного розвитку Білої Церкви» та Київська ОДА [11]. КП БМР «Агенція стратегічного розвитку Білої Церкви» у 2018

р. розпочато навчальний проект та проведений перший в Білій Церкві курс навчання «Школа соціального підприємництва», 25 випускників отримали знання з підприємницької діяльності, правової та фінансової грамотності. Також у 2018 році зняті соціальні роліки «Соціальне замовлення» та «Школа соціального підприємця».

В рамках виконання заходів щодо реалізації Програми розвитку громадянського суспільства у місті Біла Церква на 2016-2020 роки за напрямом «Соціалізація та соціальна інтеграція до активного громадського життя вразливих категорій населення, людей з обмеженими фізичними можливостями» розроблена єдина концепція та проекти соціалізації та реабілітації інвалідів і пенсіонерів з метою їх активного залучення до життя міста, занять спортом тощо. У травні 2018 році Розроблена програма «Соціального замовлення», направлено на активізацію громади та покращення якості надання послуг мешканцям міста Біла Церква, закладено фінансування на 2019 рік в обсязі 100 тис. грн., заплановано реалізацію ряду номінацій конкурсу соціальних проектів. [3]

За сприяння Білоцерківської міської ради з метою активізації місцевого розвитку та заохочення соціального підприємництва Фонд родини Б. Гаврилишина в рамках програми «Молодь змінить Україну (МЗУ)», започаткованої у 2012 році, проводить навчання та стажування в Європі представників місцевих органів влади та самоврядування, громадських активістів, соціальних підприємців та медіа, віком 20-35 років, активних в житті громади міста та готових взяти відповідальність за його подальший розвиток. Проект, зокрема, поширюється на такі напрями: соціальні інновації; сприяння зростанню довіри та соціальної згуртованості; соціальне підприємництво та креативні індустрії. Найкращі проекти підтримуються фінансово через надання малих грантів. Участь молодих регіональних лідерів дозволяє отримати нові знання та систематизувати їх для практичного застосування в межах своїх компетенцій на місцях, отримати фінансову підтримку на старті проекту та прямий доступ до міжнародного досвіду [6].

Як бачимо, органи місцевої влади, приватні особи беруть участь у пропаганді та стартовій фінансовій підтримці розвитку соціального підприємництва на території громади. Реалізується принцип «вудка для рибака», однак успіх цієї справи залежить

від активності самих потенційних соціальних підприємців, адже в розумінні цього процесу пріоритетним залишається ініціативна, вільна, на свій ризик діяльність.

3.2. Рекомендації щодо заснування соціального бізнесу для забезпечення сталого територіального розвитку

Експертиза практичного досвіду ведення в регіонах України соціального бізнесу переконує у важливості здійснення певних кроків щодо заснування та успішного розвитку соціального підприємництва:

- ретельне дослідження регіональних потреб, стану продуктивних сил, аналіз існуючої пропозиції задоволення попиту, вивчення досвіду іноземних країн щодо надання послуг соціального характеру, встановлення незайнятих, або зайнятих недостатньою мірою ніш для започаткування соціального бізнесу з метою встановлення його унікальності або цінності; проведення аналізу ринкового потенціалу;

- формування ефективної організаційної структури управління – побудова ініціативної, конкурентної команди та розмежування повноважень. В команді мають бути узгоджені цінності та правила гри, напрями й завдання діяльності. Ефективний менеджмент має ґрунтуватися на принципі гнучкого адаптивного управління із залученням фахівців із комерційних установ чи проектів;

- розробка концепції і моделі соціального підприємства із формулюванням місії, мети підприємницького процесу. Визначення суб'єктів, на кого орієнтований продукт (послуга), обґрунтування його важливості, встановлення кола конкурентів та відмін від них, форм та методів залучення споживачів і партнерів. Оцінка ризиків. Прогнозування дієздатності моделі щонайменше на 2-3 роки наперед, враховуючи кон'юнктуру регіонального ринку. Консультації з досвідченими учасниками ринку – соціальними підприємцями, партнерами, експертами даного сектору. В цій частині важлива роль належить місцевим органам державної влади та самоврядування в періодичній організації площадок для обміну досвідом та консалтингу;

- забезпечення належної уваги плануванню бізнесу і формуванню фінансової стратегії – покрокову інструкцію старту соціального підприємства та операційний

план. Бізнес-план сприяє комунікації в команді, зі стейкхолдерами, на старті соціального бізнесу пошуку фінансових ресурсів;

- вибір оптимальної організаційно-правової форми для реєстрації та системи оподаткування (не зважаючи на те, що соціальне підприємництво чітко не регламентоване вітчизняним законодавством), зазначаючи в установчих документах, що підприємство утворене не з для отримання прибутку, а з метою надання соціальних послуг, обираючи оподаткування з ПДВ;

- формування стратегії маркетингових комунікацій, що ґрунтується на персоніфікованому, особистісному підході до клієнтів для вирішення питань, з яких засновано соціальний бізнес у регіоні: позиціонування товару чи послуги, опис основних цільових аудиторій, канали та інструменти комунікацій, активне формування партнерства з місцевою владою, ЗМІ, потенційними інвесторами і донорами, презентація своєї роботи на тематичних зустрічах та публічних заходах. Інтеграція з іншими соціальними бізнесменами, конкурентами для популяризації соціального підприємництва;

- моніторинг потенціалу фінансової підтримки соціального бізнесу в Україні: проектів технічної допомоги міжнародних і вітчизняних донорських організацій, приватних осіб, пам'ятаючи, що для інвесторів і донорів стійкість і здатність до масштабування є ключовими індикаторами щодо вкладення коштів;

- менторство, постійне навчання та удосконалення управлінських, виробничих, комерційних навичок, дослідження позитивного та негативного досвіду колег;

- інвестування в залучення комерційних консультантів як обізнаних і досвідчених зовнішніх фахівців з питань формування моделі функціонування підприємства, механізмів управління та оптимізації його бізнес-процесів;

- відпрацювання критеріїв, частоти та методики вимірювання соціальних та економічних результатів діяльності і комунікація їх назовні;

- запровадження практики публічної звітності з метою поглиблення відносин зі споживачами, інвесторами, донорами, владою, медіа, місцевою громадою;

- започаткування партнерства, нетворкінгу – ресурсу для розширення соціального капіталу підприємства, бази сприятливих контактів з місцевою владою,

традиційними підприємцями, соціальними проектами, знаменитостями, громадськими активістами, іншими соціальними бізнесменами.

ВИСНОВКИ

Соціальне підприємництво орієнтоване на досягнення і соціальних, і комерційних результатів. В Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності як один із ефективних механізмів вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад, зменшення бюджетного навантаження щодо підтримки соціально вразливих верств населення. Основою успіху соціального підприємництва може стати формування національної стратегії розвитку разом з розробкою та реалізацією регіональних концепцій (стратегії) розвитку.

Метою створення Білоцерківського УВП УТОС було працевлаштування людей з вадами зору, створення адаптованих робочих місць і особливих побутових умов та соціальний захист на виробництві електроустановочної продукції. Ринкове положення досліджуваного соціального підприємства досить стійке. Ключовою проблемою його функціонування є гармонізація соціальних та бізнесових цілей, налагодження операційних процесів, оптимальний розподіл ресурсів та врахування інтересів широкого кола стейкхолдерів.

Органи місцевої влади, приватні особи беруть участь у пропаганді та стартовій фінансовій підтримці розвитку соціального підприємництва на території громади. Реалізується принцип «вудка для рибака», однак успіх цієї справи залежить від активності самих потенційних соціальних підприємців, зважаючи на те, що в розумінні цього процесу пріоритетним залишається ініціативна, вільна, на свій ризик і страх діяльність.

Головну роль у процесі функціонування соціального підприємництва повинна відігравати держава, яка має визначити стратегію його розвитку та взаємодію з соціумом через механізми стимулювання: формування самостійної законодавчої, нормативної бази, ідентифікація статусу «соціальне підприємство», інституційний супровід, податкові та кредитні пільги, державне замовлення,

маркування продукції, інформаційна підтримка, популяризаційна та роз'яснювальна політика щодо соціального підприємництва тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Галушка З.І. Роль соціального підприємництва у забезпеченні розвитку громад // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід», КНЕУ, 18 травня 2018 року, ст.182-185. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/news/2018_0613/18-5454.pdf
2. Гусак Н. Кращий досвід та сучасні тренди розвитку соціального підприємництва: Україна (результати дослідження) Доповідь на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців. Київ, 16.11.2016. URL: <http://www.pgrgf.com/forum/>
3. Інформація Про виконання заходів (проектів) щодо реалізації Програми розвитку громадянського суспільства у місті Біла Церква на 2016-2020 роки, затвердженої рішенням Білоцерківської міської ради від 03 листопада 2016 р. №302-18-VII. URL: https://new.bc-rada.gov.ua/miska_rada/normatyvni_akty/126_2-11_informatsiia_pro_khid_vykonannia_prohramy_rozvytku_hromadianskoho_suspilstva_u_misti_bila_tserkva_na_2016-2020_roky_za_2018_rik/48055.pdf
4. Ковалевська А.В., Нечипоренко Я.Є. Підприємництво на базі громади як особливий вид соціального підприємництва. Молодий вчений. 2019. № 7 (71) С. 134-141.
5. Комплексна програма соціальної підтримки окремих категорій громадян Львівської області на 2018-2020 роки : Львівська обласна державна адміністрація. URL: https://loda.gov.ua/upload/users_files/39/upload/551.rar
6. Молодь змінить Україну : Білоцерківська міська рада. URL: https://new.bc-rada.gov.ua/pro_misto/aktualno/49620.html
7. Новий тлумачний словник української мови: В 3 т. / Укл. В. Яременко, О. Сліпушко. Київ : Аконіт, 2003. Т. 3. 864 с.

8. ПОГ Білоцерківське УВП «УТОС» : офіційний сайт. URL: <http://www.utos.com.ua>
9. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Підручник. Тернопіль : Економічна думка, 2004. 416 с.
10. Практичний аналіз розвитку соціального підприємництва : Організація з безпеки та співробітництва в Європі. 2019. 56 с. С. 12-14. URL: <https://www.osce.org/uk/project-coordinator-in-ukraine/426392?download=true>]
(дата звернення: 11.03.2020)
11. Програма розвитку малого та середнього підприємництва та інвестиційної діяльності в місті Білій Церкві на 2019-2020 роки : Білоцерківська міська рада. Агенція стратегічного розвитку Білої Церкви, 2018. URL: https://new.bc-rada.gov.ua/miska_rada/normatyvni_akty/1263_2-11_pro_zatverdzhennia_formy_pysmovoho_zvitu_deputata_bilotserkivskoi_miskoi_rady/43026.pdf
12. Розвиток соціального підприємництва в Україні та його роль у реінтеграції Донбасу. URL: http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/111Zapiska-Hodgson-Sots-p_dpri_mnitstvo-zatverdzhene-4cef0.pdf
13. Свинчук А.А. Організаційні механізми розвитку соціальних підприємств в Україні : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04/ Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». Київ, 2016. 340 с. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.03/2016/dis2Bd_Svynchuk.pdf
14. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво : посібник. Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС). 2017. 56 с. С. 4. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_-Guide-WEB-1.pdf
(дата звернення 24.03.2020)
15. Сотник І.М., Гаврилова В.В., Коваленко Є.В. Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2018. №2 (200). С. 62-73

16. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.; за заг. ред. д.е.н., проф. А.М. Колота. Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.
17. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. Київ : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
18. Фонд Східна Європа (ФСЄ) : Місцевий соціальний розвиток. URL: <http://eef.org.ua/program/mistsevyj-sotsialnyj-rozvytok/>
19. Шаульська Л.В., Кабаченко Г.С. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці. Економіка і організація управління. 2016. № 2 (22). С. 300-309. URL: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/4823/4854>
20. Emerson J. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation / J. Emerson, S. Bonini, K. Brehm. – 2003. – 182 p.
21. Gosling P. Social co-operatives in Italy: Lessons for the UK. URL: <http://socialeconomyaz.org/wpcontent/uploads/2011/06/SocialCooperativesInItaly.pdf>
22. Mendell M. Social Enterprise: A North American Perspective. 2007. URL: <http://www.oecd.org/regional/leed/38870491.pdf>
23. Robinson J. Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities / J. Mair, J. Robinson, K. Hockerts // Social Entrepreneurship. - Palgrave Macmillan, 2006. – 280 p.
24. Social enterprises : European Commission. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Sectors. Social economy in the EU. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en (дата звернення: 11.03.2020)
25. Stroyan J., Henry N. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: United Kingdom. BWB. 2014. URL: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=2149>

ДОДАТКИ

Додаток А

Підходи до визначення соціального підприємництва

| <i>Автор</i> | <i>Визначення</i> | <i>Назва підходу</i> |
|---|--|--------------------------------------|
| Дж. Віравардена (Weerawardena J.), Морт Г.С. (Mort G.S.) | поведінковий феномен виражений у неприбутковому організаційному контексті, спрямований на досягнення соціальної цінності за рахунок експлуатації наявних можливостей | Широкий |
| Савага С. (Sagawa S.), Сегал Е. (Segal E.), Ваддок С. (Waddock S.) | соціально відповідальна практика комерційних підприємств, що беруть участь в міжгалузевому партнерстві | |
| Шаріп та Лернер | застосування бізнес-стратегій з метою ефективнішого протистояння складним соціальним проблемам | |
| Фоулер Ф. (Fowler A.) | створення життєздатної соціально-економічної структури, відносин, установ, організацій та практик, які дають і підтримують соціальну користь. | |
| Шоу Е. (Shaw E.) | включає в себе роботу громадських, добровільних і державних організацій, а також приватних фірм, що працюють в першу чергу заради соціальної мети, а не заради прибутку | |
| Мейр Дж. (Mair J.) | базується на перевагах співпраці. Воно розмиває кордони між неприбутковим сектором, бізнесом, державою та громадським сектором. Обмін професійними стандартами та практиками має, дозволити, поєднавши найкраще, досягти бажаних соціальних змін. | |
| Томпсон Дж. (Thompson J.), Елві Г. (Alvy G.), Лесс А. (Less A.) | процес додавання чогось нового і чогось відмінного з метою створення соціального капіталу, основна увага на заходи, вжиті суб'єктами приватного сектора. | |
| Центр з поліпшення соціального підприємництва (The Center for the Advancement of Social Entrepreneurship) | мистецтво одразу досягати фінансової та соціальної віддачі | Комбінований (комерційно-соціальний) |
| Макмиллан А. (MacMillan I.) | це процес, при якому створення нових підприємств веде до підвищення соціального добробуту, так що і суспільство, і підприємця отримують вигоду | |
| Робінсон Дж. (Robinson J.) | виявлення певної соціальної проблеми і конкретного рішення для її вирішення; оцінка соціального впливу, бізнес-моделі та стійкості підприємства; і створення соціально-орієнтованих комерційних чи бізнес-орієнтованих некомерційних організацій, що переслідують подвійну (або потрійну) мету. | |
| Рогалін Я.Ф. | безальтернативний спосіб успішного ведення справ в соціальній сфері шляхом впровадження бізнес-інструментарію, який так чудово вияв себе в комерції. | Інноваційний |
| Передо (Peredo), Маклін (McLean) | соціальне підприємництво здійснюється, коли деякі особи або групи мають: мету, що полягає у створенні соціальної цінності, здатні розпізнавати і використовувати можливості для її створення, використовують інновації, починаючи від цілковито нових винаходів до адаптації чужої новизни, готові прийняти вище середнього ступінь ризику по створенню та розповсюдженню соціальної цінності, і бути незвичайно винахідливими у відстоюванні своїх соціальних підприємств, враховуючи мізерні кошти | |
| Мейр Дж. (Mair J.), Марті І. (Marti I.) | процес, інноваційного використання і поєднання ресурсів, вишукування можливостей для прискорення соціальних змін та / або задоволення соціальних потреб | |

Продовження Додатку А

| <i>Автор</i> | <i>Визначення</i> | <i>Назва підходу</i> |
|---|---|----------------------|
| Мейр Дж. (Mair J.), Нобоа Е. (Noboa E.) | інноваційне використання комбінацій ресурсів, для того щоб переслідувати можливості, спрямовані на створення організацій та / або практики, які дають і підтримують соціальні переваги. | Інноваційний |
| Остін Е. (Austin J.), Вей-Скіллерн Дж. (Wei-Skillern J.), Стівенсон Х. (Stevenson H.) | інноваційна, спрямована на створення соціальної цінності, діяльність, що може відбутися в або між некомерційним, бізнес та державним секторами. | |
| Перріні Ф. (Perrini F.), Вурро С. (Virgo C.) | динамічний процес, створений і керований індивідуально або командою (інноваційний соціальний підприємець), яка прагне використовувати соціальні інновації з підприємницьким мисленням і сильною потребою для досягнення того, щоб створити нову соціальну цінність на ринку і в спільноті в цілому. | |
| Елврд С. Н. (Alvord S. H.), Браун Л.Д. (Brown L. D.), Леттс С.В. (Letts C. W.) | створює інноваційні рішення нагальних соціальних проблем і мобілізує ідеї, можливості, ресурси та соціальні заходи, необхідні для сталого соціального перетворення. | |
| Захра С.А. (Zahra S. A.), Роухаусер Х.Н. (Rawhouser H. N.), Бгаве Н. (Bhawe N.), Нойбаум Д.О. (Neubaum D. O.), Хайтон Дж. С. (Hayton J. C.) | охоплює діяльність і процеси, початі, щоб виявити, визначити і використовувати можливості для того, щоб підвищити суспільне багатство шляхом створення нових підприємств або управління існуючими організаціями в інноваційній манері. | |
| Морт Г.С. (Mort G.S.), Віравардена Дж. (Weerawardena J.), Карнегі К. (Carnegie K.) | пошук і визначення можливостей, які призводять до створення нових громадських організацій та продовження інноваційної діяльності в існуючих. Багатовимірна концепція згідно з якою добросовісною підприємницькою поведінкою досягається соціальна місія. Вона передбачає здатність розпізнавати можливості, що мають соціальне значення, а також здатність приймати ключові рішення, для яких ключовими є такі характеристики як інноваційність, ініціативність і ризиковість. | Соціальний |
| Лідбітер С. (Leadbeater C.) | це коли підприємницька поведінка використовується для досягнення соціальних цілей, а не для отримання прибутку, або прибуток отриманий від ринкової діяльності використовує на благо знедолених груп. | |
| Фонд Шваба (Schwab Foundation) | застосування практичних, інноваційних та стійких (довготермінових) підходів на благо суспільства в цілому, з акцентом на бідних і знедолених | |

Джерело: [13]

Основні визначення поняття «соціальне підприємництво»

| Автори | Соціальне підприємництво |
|---|--|
| Дж. Емерсона (J. Emerson) [20, С.89] | Ґрунтується на концепції «змішаної цінності», коли організація - це елемент соціально-економічної реальності, в діяльності якої поєднуються економічна й соціальна складові, не ізольовані, а взаємодоповнюючі, які не можна протиставляти. |
| Борнштейн Д. (Bornstein D.) і Девіс С. (Davis S.) | Соціальне підприємництво передбачає процес, за допомогою якого громадяни створюють або трансформують установи для вирішення таких соціальних проблем, як бідність, неграмотність, деградація довкілля, порушення прав людини, корупція, з метою покращення життя багатьох людей. |
| Мейр Дж. (Mair J.) і Марті І. (Marty I.) | Соціальне підприємництво – широкий процес, який включає в себе комбінацію ресурсів для створення можливостей прискорення соціальних змін та/або задоволення соціальних потреб. Соціальне підприємництво – інноваційна модель надання продуктів та послуг, спрямованих на задоволення базових потреб (прав), що залишилися поза увагою політичних та економічних інституцій. |
| Остін Дж. (Austin J.), Стефенсон Г., (Stephenson H.), Вей-Скіллерн Дж. (Weiskillern J.) | Соціальне підприємництво – це інноваційна діяльність, орієнтована на створення соціальної вартості, яку можуть провадити неприбуткові, прибуткові організації та урядові установи. |
| Джонсон (Johnson) | Соціальне підприємництво з'явилося в результаті інноваційного підходу до вирішення складних соціальних проблем. Соціальне підприємництво, основним завданням якого є вирішення соціальних проблем через інновації, стирає традиційні межі між державним, приватним та неприбутковим секторами і використовує підходи, що поєднують комерційні та неприбуткові бізнес-моделі. |
| Ніколс А. (Nichols A.) | Соціальне підприємництво працює над інноваціями, які покликані покращити загальний рівень життя, і виникає на основі організацій, що ініціюють, впроваджують та сприяють позитивним змінам у суспільстві. |

Джерело: [20], [14]

Чи підтримує місцева влада діяльність СП?



- Договори з державними закладами на закупівлю продукції
- Надання приміщення в оренду на пільгових умовах
- Спільна організація заходів
- Пільги в оподаткуванні
- Пільгове користування спортивними залами, басейнами, закладами культури тощо
- Залучення до реалізації місцевих соціальних програм
- Поширення інформації про діяльність СП

Шляхи взаємодії соціальних підприємців та місцевих органів влади [2], [12]

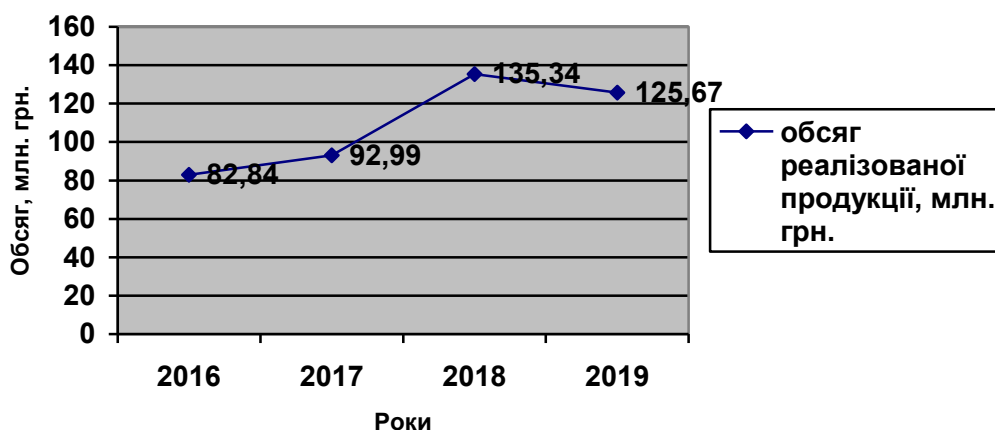
Фактори сприяння розвитку соціального підприємництва на рівні регіону

| Зовнішні фактори | Внутрішні фактори |
|---|--|
| Правове регулювання розвитку соціального підприємництва | Залучення компетентних фахівців та підвищення кваліфікації персоналу |
| Підтримка з боку публічної влади | Розвиток виробництва |
| Інформування бізнесу, влади, громади про соціальне підприємництво | Врахування специфіки продуктивних сил регіону |
| Пільгове кредитування | Наявний досвід роботи та імідж |
| Донорська підтримка | Поліпшення матеріально-технічної бази |
| Спрощена система оподаткування | Розширення асортименту послуг |
| Формування мережі соціальних підприємств | Розширення ринків збуту, пошук нових клієнтів |
| Моральна підтримка діяльності соціальних підприємств | Наявна мережа бізнес-партнерів та волонтерських структур |

Додаток Д

Оцінка змін обсягу реалізації продукції [9] Білоцерківське УВП
УТОС, млн. грн.

| Показник | Роки | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|
| | 2016 р. | 2017 р. | 2018 р. | 2019 р. |
| Реалізація продукції в діючих оптових цінах підприємства | 82,84 | 92,99 | 135,34 | 125,67 |
| Абсолютне відхилення (ланцюговий), тис. грн | - | +10,15 | +42,35 | -9,67 |
| Абсолютне відхилення (базисний), тис. грн. | - | +10,15 | +52,5 | +42,83 |
| Відносне відхилення - темп росту (ланцюговий), % | - | 112,25 | 145,54 | 92,86 |
| Відносне відхилення – темп росту (базисний), % | - | 112,25 | 163,38 | 151,70 |



Динаміка обсягів реалізації електроустановочних виробів за 2016-2019 рр.

Додаток Е

Звіт про фінансові результати Білоцерківського УВП УТОС

Дата (рік, місяць, число) 2019 01 01

Підприємство ПІДПРИЄМСТВО ОБ'ЄДНАННЯ ГРОМАДЯН БіЛОЦЕРКІВСЬКЕ УЧБОВО-ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО УКРАЇНСЬКОГО ТОВАРИСТВА СЛІПІХ (найменування) Білоцерківському районі Київської області, м. Біла Церква, вул. Павличенко, 65-А

за СДРІ/СУ 1802/19

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за Рік 2018 р.

Форма №2 Код за ДКУД 1801003

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 125 672 | 135 345 |
| Чисті зароблені страхові премії | 2010 | - | - |
| премії підписані, валова сума | 2011 | - | - |
| премії, передані у перестрахування | 2012 | - | - |
| зміна резерву незароблених премій, валова сума | 2013 | - | - |
| зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій | 2014 | - | - |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (89 466) | (96 840) |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами | 2070 | - | - |
| Валовий: | | | |
| прибуток | 2090 | 36 206 | 38 505 |
| збиток | 2095 | (-) | (-) |
| Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань | 2105 | - | - |
| Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів | 2110 | - | - |
| зміна інших страхових резервів, валова сума | 2111 | - | - |
| зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах | 2112 | - | - |
| Інші операційні доходи | 2120 | 1 857 | 3 251 |
| у тому числі: | 2121 | - | - |
| дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю | 2122 | - | - |
| дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції | 2123 | - | - |
| Адміністративні витрати | 2130 | (4 900) | (4 414) |
| Витрати на збут | 2150 | (1 897) | (1 766) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (25 307) | (24 335) |
| у тому числі: | 2181 | - | - |
| витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю | 2182 | - | - |
| витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції | | | |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: | | | |
| прибуток | 2190 | 5 959 | 11 241 |
| збиток | 2195 | (-) | (-) |
| Доход від участі в капіталі | 2200 | - | - |
| Інші фінансові доходи | 2220 | - | - |
| Інші доходи | 2240 | - | - |
| у тому числі: | 2241 | - | - |
| дохід від благодійної допомоги | | | |
| Фінансові витрати | 2250 | (-) | (-) |
| Витрати від участі в капіталі | 2255 | (-) | (-) |
| Інші витрати | 2270 | (-) | (-) |
| Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті | 2275 | - | - |

Електронний документ № 1802/19

Україна Київська область м. Біла Церква Білоцерківське учбово-виробниче підприємство Українського товариства сліпих за СДРІ/СУ код ЄДРПОУ 0396731 ОБ'ЄДНАННЯ ГРОМАДЯН

Продовження Додатку Е

Продовження додатка 2

| | | | |
|---|------|-------|--------|
| Фінансовий результат до оподаткування: | | | |
| прибуток | 2290 | 5 959 | 11 241 |
| збиток | 2295 | (-) | (-) |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | - | - |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | - | - |
| Чистий фінансовий результат: | | | |
| прибуток | 2350 | 5 959 | 11 241 |
| збиток | 2355 | (-) | (-) |

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

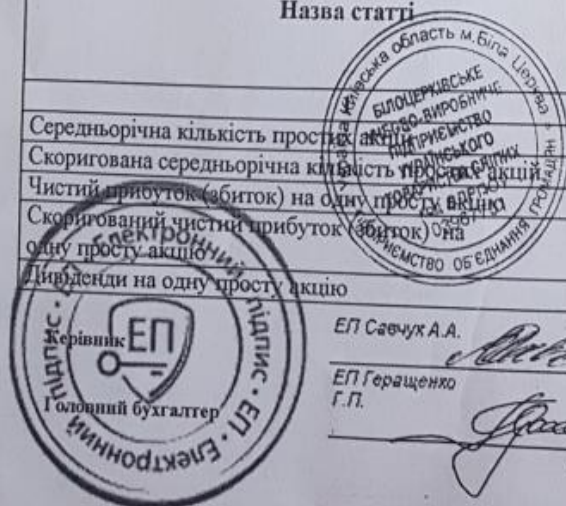
| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | - | - |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | - | - |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | - | - |
| Інший сукупний дохід | 2445 | - | - |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | - | - |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | - | - |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | - | - |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | 5 959 | 11 241 |

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|----------------------------------|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Матеріальні затрати | 2500 | 68 696 | 64 547 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 49 212 | 43 885 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 5 953 | 5 863 |
| Амортизація | 2515 | 2 895 | 2 426 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 2 582 | 2 879 |
| Разом | 2550 | 129 338 | 119 600 |

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|--|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Середньорічна кількість простих акцій підприємства | 2600 | - | - |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій підприємства | 2605 | - | - |
| Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2610 | - | - |
| Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2615 | - | - |
| Дивіденди на одну просту акцію | 2650 | - | - |



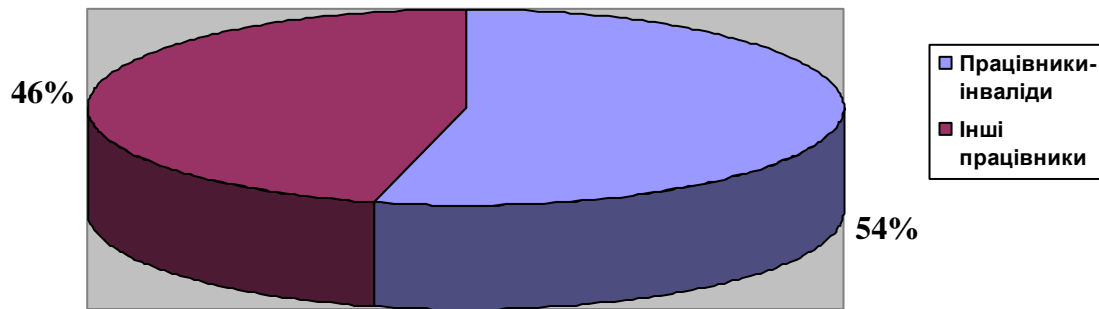
ЕП Савчук А.А.

ЕП Геращенко
Г.П.

Савчук Анатолій Анатолійович

Геращенко Галина Павлівна

Додаток Ж



Структура персоналу працівників Білоцерківського УВП УТОС

Додаток З

Аналіз продуктивності праці Білоцерківського УВП УТОС

| Показники | Фактично | | Відхилення від минулого року | |
|---|----------------|----------------|------------------------------|--------|
| | за звітний рік | за минулий рік | Відхилення від минулого року | |
| | | | абсолютне | % |
| Товарна продукція (тис. грн.) | 136,59 | 128,26 | +8,33 | + 6,4 |
| Середньорічна чисельність працюючих | 727 | 756 | -29 | 96,2 |
| У тому числі робітників-інвалідів | 387 | 402 | -15 | 94,0 |
| - Середньорічний виробіток (грн.) одного працюючого | 0,188 | 0,169 | + 0,019 | +11,24 |
| - одного робітника-інваліда | 0,361 | 0,319 | +0,042 | +13,17 |

Додаток К

**Динаміка показників реалізації продукції і фінансових результатів
Білоцерківського УВП УТОС, млн. грн.**

| Найменування показників | Фактично | | відхилення (+, -) від минулого року | |
|---|------------------------|------------------------|--|-------------------|
| | за звітний 2019 рік | за минулий 2018 рік | | |
| | | | сума, млн. грн. | у % |
| 1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 125,67 | 135,34 | -9,67 | 92,86 (-7,14) |
| 2. Собівартість реалізованої продукції | 89,47 | 96,84 | -7,37 | 92,39 (-7,61) |
| 3. Чистий - прибуток - збиток | 5,96 | 11,24 - | -5,28 - | 53,02 (-46,98) |
| 4. Податкові пільги | 13,54 | 12,87 | +0,67 | +5,2 |
| 8. Рівень рентабельності продукції, яку реалізують | 6,66 | 11,61 | - | -42,6 |

Додаток Л

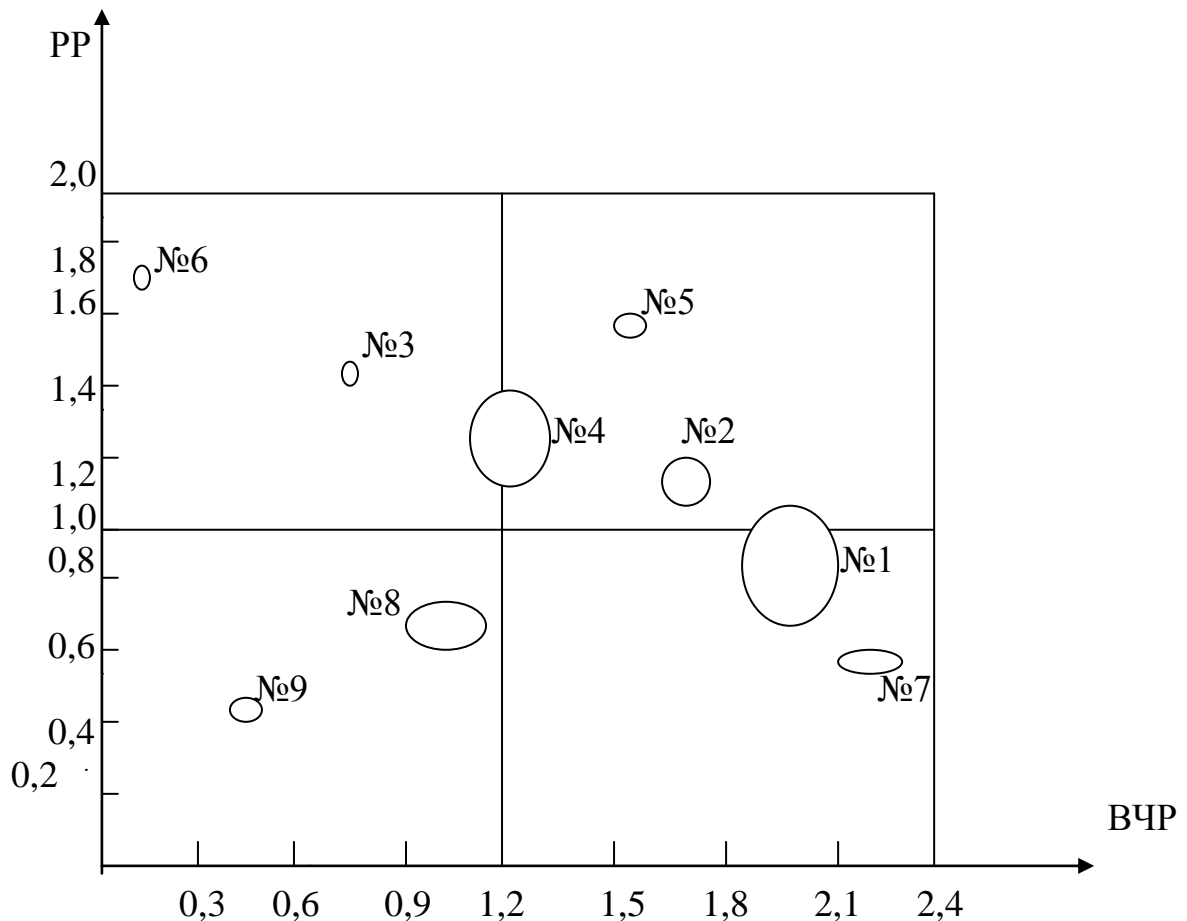
**Характеристика портфеля пропозицій продукції Білоцерківського
УВП УТОС**

| Найменування продукції | Обсяг реалізації по роках, млн. грн. | | Частка ринку, 2019 р., % | |
|---|---|---------|-----------------------------|------------|
| | 2018 р. | 2019 р. | Підприємства | Конкурента |
| 1. Електропатрони | 37700,0 | 32422,0 | 34 | 17 |
| 2. Вимикачі ВБ5, ВБ5-1, ВБ5-2 | 16996,09 | 18695,7 | 33 | 21 |
| 3. Вимикачі прохідні ВПК, ВП 15 | 8087,15 | 11645,5 | 5 | 7 |
| 4. Запобіжники автоматичні ПАР 10, 16, 25 | 7865,85 | 10225,6 | 11 | 9 |
| 5. Вимикачі серії ВП 73 | 6879,94 | 11007,9 | 15 | 10 |
| 6. Блоки контактів 0411Е, 0621Е | 6058,43 | 10057,0 | 1 | 7 |
| 7. Вилки збірки В6, В16 | 1008,1 | 6048,6 | 40 | 18 |
| 8. Розетки | 9865,14 | 6905,6 | 16 | 16 |
| 9. Вимикачі ВБ5, Защіпка FAA | 18526,8 | 8151,8 | 2 | 4 |
| 10. Роліки | 194,7 | 540,5 | 1 | 7 |
| Інші вироби | 22162,8 | 9971,8 | | |
| Разом | 135345 | 125672 | - 65078,5 | - |

Додаток М

Вихідні дані для побудови матриці БКГ для Білоцерківського УВП УТОС

| Показник | № продукції | | | | | | | | |
|---|-------------|------|------|-------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Темпи росту ринку | 0,86 | 1,10 | 1,44 | 1,30 | 1,60 | 1,66 | 0,60 | 0,70 | 0,44 |
| Відносна частка ринку | 2,0 | 1,6 | 0,7 | 1,2 | 1,5 | 0,1 | 2,2 | 1,0 | 0,5 |
| Частка продукції в загальному обсязі реалізації підприємства, % | 32,61 | 8,47 | 1,7 | 31,37 | 5,84 | 1,30 | 4,54 | 8,95 | 5,22 |



Матриця БКГ для Білоцерківського УВП УТОС

Додаток Н

Варіант продуктової стратегії досліджуваного соціального підприємства

| Сегмент | № продукції | Стратегія |
|----------------|-------------|---|
| "Дикі кішки" | 6, 3 | За рахунок інвестицій провести додаткові дослідження і вирішити: чи вилучити із продуктового портфеля продукт №6, чи збільшити частку ринку продукту №3 |
| | 4 | Збільшити частку ринку |
| "Зірки" | 5, 2 | Збільшити обсяг реалізації, оберігати і зміцнювати за рахунок додаткових інвестицій |
| "Дійні корови" | 7, 1 | Збільшити обсяг реалізації продукту №7. Підтримувати продукт №1. Надлишок грошових засобів спрямувати на підтримку продуктів №2, 3, 4, 5 |
| "Собаки" | 9 | Вилучити із продуктового портфеля |
| | 8 | Зменшити обсяг реалізації |

АНОТАЦІЯ

Актуальність наукового проєкту. Соціальне підприємництво орієнтоване на досягнення і соціальних, і комерційних результатів. В Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності як один із ефективних механізмів вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад, зменшення бюджетного навантаження щодо підтримки соціально вразливих верств населення. Основою успіху соціального підприємництва може стати формування національної стратегії розвитку разом з розробкою та реалізацією регіональних концепцій (стратегії) розвитку.

Мета наукового проєкту: визначення ролі соціального підприємництва у формуванні й забезпеченні сталого розвитку територіальних громад. **Завданнями наукового проєкту є:** дослідження сутності, мети, принципів, ефектів організації соціального підприємництва; з'ясування місця соціальних підприємств в системі сталого територіального розвитку; представлення організаційно-управлінської та економічної характеристики соціального підприємства ПОГ Білоцерківське УВП «УТОС»; стратегічне планування діяльності Білоцерківського УВП УТОС в контексті забезпечення територіального соціально-економічного розвитку; виявлення напрямів удосконалення управління соціальними підприємствами на місцевому рівні; формування рекомендацій щодо заснування соціального бізнесу для забезпечення сталого територіального розвитку.

Методи дослідження: абстрактно-логічний, аналізу і синтезу, спостереження, узагальнення, систематизації, моделювання.

Загальна характеристика наукового проєкту: дослідження складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних 25 джерел літератури. Робота викладена на 20 сторінках, містить 13 додатків, в яких представлено таблиці, рисунки, фінансова звітність досліджуваного УВП

Ключові слова: соціальне підприємництво, інклюзивність, територіальний розвиток, суспільні проблеми, соціально вразливі категорії громадян, державне регулювання.

ПУБЛІКАЦІЇ

(посилання на джерела публікацій в електронних ресурсах зазначено в анкеті «Відомості про автора та наукового керівника проекту»)

УДК: 338.22:332.12

Соціальне підприємство, студентка 2 курсу

Науковий керівник – **Соціальне підприємство**, канд. екон. наук

Соціальне підприємство

maks.228.nata@gmail.com

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Досліджено сутність, принципи, критерії, складові, позитивні ефекти, критерії оцінки ефективності соціального підприємництва та його: роль у формуванні та забезпеченні сталого територіального розвитку. З'ясовано фактори, що ускладнюють розвиток соціального підприємництва в Україні. Доведено, що регіональний соціальний бізнес, який ґрунтується на загальних та специфічних принципах ведення справ, має стати фактором зростання господарського потенціалу локальної соціально-економічної системи. Зроблено висновок про те, що активний розвиток соціального підприємництва призведе до зменшення бюджетного навантаження на місцевому рівні.

Ключові слова: соціальне підприємництво, інклюзивність, територіальний розвиток, суспільні проблеми, соціально вразливі категорії громадян, державне регулювання.

Розвиток соціально-орієнтованої економіки потребує значного підвищення раціональності використання людських ресурсів. Сучасний стан ринку праці характеризується значним дисбалансом внаслідок падіння рівня реальної заробітної плати, збільшення безробіття, зниження попиту на певні види робочої сили, збільшення чисельності соціально вразливих груп населення, потреби у вирішенні проблем інклюзивності. В цьому аспекті актуальним є формування, функціонування і розвиток соціального підприємництва, як одного із інструментів вирішення нагальних соціально-економічних проблем.

Соціальне підприємництво є якісно новим видом діяльності, що поєднує підприємницьке новаторство та соціальну спрямованість, з метою вирішення певної соціальної проблеми. Основною метою соціального підприємництва слід вважати не отримання прибутку, а виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми. Принципами, що покладено у розвитку соціального підприємства, доцільно вважати: принцип соціального партнерства і прозорості взаємин держави і бізнесу; принцип добровільності та непримусовості, ініціативності з боку суб'єкта господарювання; принцип системності державної політики, розмежування політичних, економічних і господарських функцій; принцип раціональності та ефективності інституціонального забезпечення [1].

Соціальне підприємництво – діяльність підприємств, спрямована на суттєві позитивні суспільні зміни. В той час коли бізнесмени сконцентровані

на формуванні тільки фінансового прибутку, соціальні ж підприємці займаються збільшенням та формуванням соціального капіталу. Фінансова незалежність, створення суспільного багатства, відповідальність за навколишнє природне середовище, реінвестування доходів у бізнес з метою розв'язання соціальних завдань, інноваційність застосування нових підходів щодо вирішення соціальних проблем, масштабність та тиражність є критеріями оцінювання успіху соціальної підприємницької діяльності [2].

Основними ефектами, які характеризують розвиток соціального підприємництва, є: працевлаштування людей з інвалідністю та безробітних як спосіб подолання соціальної ізоляції; поява нових напрямів розвитку державних соціальних послуг та їх реформування; виникнення та розвиток соціальних послуг, не актуальних для традиційного бізнесу; зниження навантаження на бюджети регіонів.

Через взаємодію з громадянським суспільством соціальне підприємство сприяє зростанню суспільного багатства та більш справедливому розподілу ресурсів, стаючи здобутком «спільного виробництва», тобто результатом колективної дії громадян. Діяльність соціальних підприємств представлена у галузях, що пов'язані з реалізацією суспільних благ та мають значний вплив на суспільний розвиток (освіта, екологія, боротьба з бідністю та забезпечення прав людини) [3].

Розвиток соціального підприємництва в Україні став можливим за рахунок посилення ролі економічно активних учасників національного ринку в підтримці соціально вразливих категорій громадян і вирішенні соціально значущих питань. Проте формування соціальних підприємств в Україні ускладнюється відсутністю ефективного законодавства, покликаного регламентувати їх діяльність, невизначеністю основних понять та критеріїв ідентифікації цих підприємств.

В XXI ст. в Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій, як один із ефективних механізмів вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад [4]. В умовах децентралізації, коли вирішення переважної більшості локальних питань лягає на місцеві бюджети, ігнорування розвитку соціального підприємництва призведе до посилення додаткового бюджетного навантаження щодо підтримки соціально вразливих верств населення. У випадку ж його активізації це сприятиме самозайнятості, самофінансуванню й, відповідно, формуванню самодостатності інклюзивних груп працездатних – людей з вадами зору, слуху, опорно-рухового апарату, ментальними порушеннями тощо. Це стає актуальним також у випадку із забезпечення роботою тих, хто повернувся з війни на Сході України, належить до внутрішньо переміщених осіб. Регіональний соціальний бізнес, що ґрунтується на загальних та специфічних принципах ведення справ, має стати фактором зростання господарського потенціалу локальної соціально-економічної системи. Це механізм, що може сприяти вирішенню викликів впливу молодого працездатного населення зі сільських районів та за

кордон, проблеми зменшення послуг соціального характеру в об'єднаних територіальних громадах (комп'ютерних, освітніх, оздоровчих, ремонтних, фінансових т. і.).

Підкреслюючи актуальність проблеми становлення та розвитку соціального підприємництва в Україні як напряму державного регулювання ринку праці, можна зробити такі узагальнюючі висновки. Україна знаходиться тільки на початковому етапі: соціальне підприємництво тільки починає формуватися, вивчаються різноманітні методики та підходи, досліджуються форми та напрями. Соціальне підприємництво, хоч і повільно, але перетворюється на реальний механізм вирішення суспільних проблем в Україні, коли підприємництво охоплює різні соціально незахищені верстви населення. Для стрімкого розвитку соціально корисної підприємницької діяльності необхідно створення правового забезпечення та норм її регулювання. Головну роль у цьому процесі повинна відігравати держава, яка через механізми стимулювання повинна визначити стратегію розвитку соціального підприємництва та його взаємодію з соціумом.

1. Шаульська Л.В., Кабаченко Г.С. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці. Економіка і організація управління. 2016. № 2 (22). С. 300-309. URL: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/4823/4854> (дата звернення: 10.03.2020)
2. Social enterprises : European Commission. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Sectors. Social economy in the EU. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en (дата звернення: 11.03.2020)
3. Сотник І.М., Гаврилова В.В., Коваленко Є.В. Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2018. №2 (200). С. 62-73
4. Ковалевська А.В., Нечипоренко Я.Є. Підприємництво на базі громади як особливий вид соціального підприємництва. Молодий вчений. 2019. № 7 (71) С. 134-141.

УДК: 35.07/.08(477):005.2'06

Соціальне підприємство, студентка 2 курсу

Науковий керівник – Соціальне підприємство, канд. екон. наук

Соціальне підприємство

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ МОДЕЛЕЙ В ПРАКТИКУ ПУБЛІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Сучасний стан державної управлінської сфери і відносин стосовно політики та соціальних відносин в Україні свідчить про необхідність переосмислення практики та застосування нових підходів та механізмів публічного управління та адміністрування в системі владних відносин. З'ясовано зміст управлінських моделей New Public Management та Good Governance та доведено актуальність їх застосування в практиці вітчизняного публічного менеджменту. Зроблено висновок, що реформи системи державного управління мають відбуватися систематично з метою підвищення ефективності та результативності управлінської діяльності, а також оптимізації процесів керування, поліпшення державної суспільної комунікації та розвитку відносин в сфері соціального забезпечення.

Ключові слова: публічне управління, управлінська модель, New Public Management, Good Governance, державні послуги, влада.

Зміни, що активно відбуваються в українському суспільстві, вимагають удосконалення та активного поліпшення системи державного управління. Це, в свою чергу, відкриває можливості для її нового розвитку в сучасних умовах життєдіяльності суспільства [1]. Саме тому актуальною і значущою є проблема підвищення ефективності діяльності органів державної влади загалом та виконавчої гілки зокрема, органів місцевого самоврядування та якості наданих державних послуг. Виходячи з цього можна зазначити, що такі сучасні концепції публічного управління як New Public Management та Good Governance є надзвичайно актуальними сьогодні і є своєрідними альтернативами класичним підходам в межах публічного менеджменту, що переважно спирались на ієрархію та бюрократію.

Основними принципами New Public Management («нове суспільне управління»), як сучасної моделі реформування суспільного управління, на сучасному етапі розвитку та актуалізації управлінських відносин є [2]:

1. Управління, готове до змін («Steer more than row») – зміна підходу до державного управління в цілому. Традиційна модель зіштовхується з проблемою, коли доходи, що зменшуються, не дозволяють фінансувати зростаючі потреби в наданні державних послуг;

2. Держава, що працює для суспільства («Community – Owned Government») – реалізація принципу субсидіарності: в цілях економії реалізація колишніх державних програм передається місцевим співтовариствам;

3. Конкуренція – держава утримується від монополії в наданні державних послуг, що дозволяє підвищити їх якість та знизити ціни;
4. Місія важливіша за правила («Mission – Driven Government») – скорочення органів державної влади. Органи влади, що залишаються, реформуються по бізнес-зразку, де місія важливіше регламенту та процедур, а цілі визначають кошти;
5. Орієнтація на клієнта («Customer – Driven Government») – громадянин розглядається як клієнт, що купує державні послуги. Які послуги і де купувати – вирішує сам громадянин;
6. Децентралізована держава, яка найкраще реалізує принцип субсидіарності;
7. Стимулювати, а не контролювати. Державне втручання в економіку більш ефективно не у вигляді створення державного сектору, а в вигляді стимулів для бізнесу.

Good Governance («хороше управління») – це нова концепція публічного управління, що базується на основі принципів розподілу влади, народовладдя, виборності та змінності вищих керівних облич, верховенства закону, політичного плюралізму, інклюзивності та транспарентності, незалежності ЗМІ та демократизму. Ключовими напрямками впровадження Good Governance [3] є:

1. Верховенство права (rule of law) – наявність справедливих законів і дійсний захист прав людини, особливо для демократичних меншин;
2. Рівність та недискримінація (equity and inclusiveness) – рівний підхід до всіх громадян;
3. Участь (participation) – учать громадян в процесі прийняття державних рішень;
4. Оперативність (responsiveness) – адміністративні процеси в розумний час забезпечують зацікавленість і дають можливість участі всіх зацікавлених осіб;
5. Орієнтація на консенсус (consensus oriented) – використовуються механізми опосередкування та інші способи для досягнення загальної згоди в прийнятті рішень;
6. Результативність та ефективність (effectiveness and efficiency) – органи влади мають продукувати результати, що забезпечать суспільні інтереси;
7. Прозорість (transparency);
8. Підзвітність (accountability).

Українська державна управлінська структура на шляху власного розвитку та розвитку суспільного середовища має активно та виважено спиратись на теоретичні засади і практичний досвід інших розвинених країн, що впроваджували сучасні моделі управління. Стаючи на шлях впровадження концепцій New Public Management та Good Governance, Україна має адаптувати найбільш корисні їх аспекти з огляду на власні соціально-політичні умови, культурно-історичні особливості, економічний та політичний розвиток, ментальні риси українського народу тощо.

Вивчення та дослідження концепцій допоможуть виявити комплекс заходів та механізмів до їх запровадження в Україні, що можуть стати в нагоді при вдосконаленні української системи адміністрування та управління в контексті загальної демократизації та формування системи комплексного дослідження публічного управління у цілому.

Отже, сучасні управлінські моделі New Public Management та Good Governance є свідченням того, що зміна моделі публічного управління, зокрема і в Україні, найбільш інноваційно має відбуватись лише на виваженій, теоретично обґрунтованій та практично підтвердженій основі, з врахуванням контексту соціального, політичного, економічного, морального, духовного середовища. Загалом же, публічне управління, як реальне явище, завжди було, є і буде об'єктом удосконалення та систематизації з використанням нових управлінських моделей, теорій, концепцій.

Список використаних джерел

1. NPM – новая модель управления обществом, основные идеи и положения. URL: <http://www.dvncms.khv.ru/node/283> (дата звернення: 03.11.2019).
2. Васильева В.М. Государственная политика и управление : учебник и практикум. Москва : Издательство Юрайт, 2018. 345 с. URL: https://studme.org/141963/menedzhment/osnovnye_printsipy_public_management (дата звернення: 04.11.2019).
3. Качество государственного управления. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Качество_государственного_управления (дата звернення: 04.11.2019).

УДК 338.22:321.01

Соціальне підприємство, студентка 1 курсу

Науковий керівник – **Соціальне підприємство**, доцент, канд. екон. наук
Соціальне підприємство

ДЕРЖАВНИЙ ІНФОСЕРВІС «START BUSINESS CHALLENGE» ЯК ФОРМА ПУБЛІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ ВЛАДОЮ І БІЗНЕСОМ

З'ясовано, які інституції забезпечують підтримку підприємництва в Україні та сутність сучасних державних інформаційних сервісів, що сприяють відкриттю та веденню бізнесу та налагодженню публічного діалогу влади і підприємництва. Узагальнено основні етапи ініціювання власної справи та її регулювання державою. Запропоновано шляхи розширення кількості бізнес-кейсів та доручення міст країни до програм підтримки підприємництва.

Ключові слова: підприємницька діяльність, державна підтримка, публічна взаємодія, бізнес-кейси, платформи ефективного регулювання.

Удосконалення ринкової системи в Україні пов'язане з активізацією підприємницької діяльності в усіх сферах економіки. Пріоритетом уряду залишається створення сприятливого бізнес-клімату в країні, стимулювання розвитку підприємництва та налагодження публічного діалогу між бізнесом та владою. Одним з перспективних напрямів у цьому процесі є формування прозорої і не заформалізованої процедури відкриття бізнесу. З цією метою за сприяння українського уряду та ініціативи EU4Business (Фонду фінансування малого и середнього бізнесу в країнах Східного партнерства), за фінансування Європейського Союзу в рамках проекту FORBIZ створено незалежний експертно-аналітичний центр «Офіс ефективного регулювання» (Better Regulation Delivery Office), місією якого є допомогти Україні стати ефективною інституційно-спроможною державою [1]. До створення більш сприятливих умов для підприємництва BRDO активно залучає в регіонах органи місцевої влади, центри зайнятості та фінансові установи.

Офісом ефективного регулювання розроблено низку сучасних онлайн-сервісів, що допомагають підприємцям започатковувати та вести бізнес, а органам влади втілювати публічний підхід у взаємодії з бізнесом. У 2017 році BRDO презентував Платформу ефективного регулювання PRO, що містить такі складові: «Для бізнесу» (сервіси, які допомагають підприємцям зрозуміти і виконати правила, що встановлює держава, та контролювати, як вони виконуються): «Діалог» (громадське обговорення рішень, що впливають на бізнес, сприяє формуванню ефективних правил на ринках); «Для органів влади» (інструменти для перегляду правил на ринках, онлайн-калькулятори APB, М-Тести, розрахунки бюджетних витрат, навігатор про регулювання) [2].

Однією із ключових послуг стало запровадження безкоштовного державного інфо-сервісу «Start Business Challenge» – онлайн-платформи для державного стимулювання розвитку підприємництва в Україні, підтримки старту бізнесу та його подальшого розвитку [3]. Платформа включає покрокові інструкції (бізнес-кейси) щодо відкриття та ведення власної справи з детальною інформацією про дозвільні документи, що необхідні для реєстрації бізнесу, надає можливість впоратися з викликом побудови бізнесу, допомагає підприємцям краще реалізовувати свій потенціал і стимулювати економічне зростання. Інтерактивний сервіс підтримки підприємців включає регуляторні вимоги на національному рівні та нормативні принципи щодо відкриття та ведення різних видів бізнесу, зокрема, курсів іноземних мов, зарядки для електромобілів, фотостудій, енергосервісних компаній, веб-студій, веломайстерень, весільних агентств, навчальних центрів, івент-агентств, виставкових центрів і т.п.

Основними етапами ініціювання бізнесу та його регулювання є: 1) ідея бізнесу, адже будь-який бізнес вимагає не тільки вкладень, а й ретельно сформованого бізнес-плану, що потребує детальної візуалізації та реалізації; 2) обрання товару чи послуги, які плануються продаватися. Продукт має бути щонайбільше наділений унікальними та особливими якостями, що допоможе без особливих зусиль набути високої конкурентоспроможності на ринку); 3) обрання клієнта для продукту, для чого обов'язково потрібно аналізувати споживчий ринок, проводити дослідження попиту та пропозиції. Головним є розуміння того, ким є клієнт і яку ціну товару необхідно встановлювати, отже, знати, на кого розрахований продукт, яка цільова аудиторія та який рівень життя; 4) просування товару – встановлення контакту з клієнтом, оскільки на ринку важливим є інформування клієнтів про продукт, що можна зробити за допомогою впровадження активної зовнішньої чи внутрішньої реклами; 5) юридичні аспекти – для здійснення ефективної підприємницької діяльності необхідний вибір форми організації власної справи, реєстрація бізнесу, обрання ефективної системи оподаткування та подальше результативне функціонування з отриманням прибутків.

Отже, Платформа ефективного регулювання Start Business Challenge є спробою надати всю необхідну достовірну інформацію для реєстрації бізнесу підприємцям швидко, доступно і безкоштовно в єдиному місці – без аналізу численних сайтів і дорогих консультацій. Її кредо є те, що відкриття бізнесу в Україні вже не має бути челлендж! Даний державний інформаційний сервіс нині налічує 107 інструкцій з регулювання, відкриття та управління мікропідприємствами в сфері виробництва та послуг в Україні й охоплює 15 міст, серед яких єдиним містом Київської області стала Біла Церква [3].

На нашу думку, з метою розширення кількості бізнес-кейсів державі необхідно активно формувати та вивчати попит на різні види бізнесу, популяризувати серед потенційних підприємців, особливо серед молоді, наявність, зміст та можливості сучасних державних інформаційних послуг.

Список використаних джерел

1. Better Regulation Delivery Office. Офіс ефективного регулювання : Офіційний сайт. URL: <http://brdo.com.ua/misiya-brdo/> (дата звернення: 13.03.2019)
2. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Платформа ефективного регулювання PRO : Офіційний сайт. URL: <https://regulation.gov.ua> (дата звернення: 13.03.2019)
3. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Start Business Challenge : Офіційний сайт. URL: <https://sbc.regulation.gov.ua> (дата звернення: 15.03.2019)