

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ**

**«СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА  
ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД»**

**Збірник матеріалів  
Міжнародної науково-практичної конференції  
18 травня 2018 року**

**Київ 2018**

УДК 658.114:364.2](06)

С 70

Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід [Електронний ресурс]: Зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції; 18 травня 2018 р. – К.: КНЕУ, 2018.

-275 с.

ISBN 978-966-926-237-0

У Збірнику містяться матеріали, що були подані на Міжнародну науково-практичну конференцію «Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід» (18 травня 2018 року).

Для науковців, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів освіти.

УДК658.114:364.2](06)

*Автори є цілком відповідальними за висловлені ідеї, висновки та пропозиції.*

*Матеріали публікуються в авторській редакції.*

*У разі використання матеріалів збірника  
посилання на авторів і видання обов'язкове.*

*Розповсюджувати та тиражувати  
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

## ЗМІСТ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Секція 1. Моделі та інноваційні підходи до соціального підприємництва ....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>Brezhnyeva-Yermolenko Olga</b> The potential of social investments for the development of national enterprises .....                                   | <b>6</b>  |
| <b>Ketsbaia Nino</b> Modern communications of marketing – informal, verbalmarketingcommunications .....   | <b>9</b>  |
| <b>Kubareva, I.V.</b> The Importance of Social Responsibility in Investment Attractiveness and Sustainable Development of Business.....                   | <b>13</b> |
| <b>Sandal, Jan-Urban</b> Models and innovative approaches to Social entrepreneurship.   | <b>16</b> |
| <b>Severyn - Mrachkovska Liudmyla Vasylivna</b> Socially oriented entrepreneurship: the essence, directions of activity and prospects of development..... | <b>18</b> |
| <b>Бибик Д.Д.</b> Роль лідера в соціальному підприємстві .....  | <b>22</b> |
| <b>Бондарчук Л.М.</b> Польське соціальне підприємництво: особливості термінології .....   | <b>26</b> |
| <b>Воляк Л.Р.,Кривобокова А.А.</b> Моделювання в сільському господарстві з врахуванням інтерактивних технологій .....                                     | <b>29</b> |
| <b>Галабурда М.К.</b> Можливості інноваційного розвитку соціального підприємництва в рентаорієнтованій економіці .....                                    | <b>32</b> |
| <b>Гернего Ю. О.</b> Практики соціально-орієнтованого банкінгу: досвід Royal Bank of Scotland.....  | <b>35</b> |
| <b>Горна М.О.</b> Моделі соціального підприємництва в контексті цілей сталого розвитку .....  | <b>39</b> |
| <b>Гребешкова О.М.</b> Соціальні проекти в освіті: українська практика та стратегічні перспективи.....  | <b>42</b> |
| <b>Грицаєнко Г.І.,Грицаєнко М.І.</b> Місце соціальних інвестицій у розвитку соціального капіталу .....  | <b>45</b> |
| <b>Дем'янчук О.О.</b> Заощадження для інновацій в соціальному підприємстві... ..  | <b>48</b> |
| <b>Кордзая Н.Р.,Гнатовська Д.О.</b> Використання маркетингової стратегії як основи розвитку сучасної вищої освіти .....                                   | <b>51</b> |
| <b>Котенок А.Г.</b> Ринкова і соціальна справедливість: єдність та протиріччя.....  | <b>54</b> |
| <b>Кудлай В.Г.</b> Успішні практики розвитку соціального підприємництва: ізраїльський досвід .....  | <b>57</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>Мельник О.М.</b> Рівень реального монетарного забезпечення економіки як умова ефективного соціального підприємництва в Україні ..... | <b>60</b>  |
| <b>Михайлюк М.А.</b> Інноваційний тип відтворення і соціальне підприємництво в Україні .....  | <b>63</b>  |
| <b>Москалюк Н.П.</b> Інноваційні форми соціального підприємництва у забезпеченні інклюзивного розвитку країни .....                     | <b>66</b>  |
| <b>Павловська О.В.,Свідерська І.М.</b> Соціальна відповідальність у регулюванні ринку капіталів .....                                   | <b>69</b>  |
| <b>Подгурська Т.А.</b> Аналітичні терміни галузі соціального підприємництва .....   | <b>72</b>  |
| <b>Потапюк Л.М.,Потапюк І.П.</b> Соціальне підприємництво як соціальна інновація .....  | <b>75</b>  |
| <b>Проскурович О.В.,Сорока Л.О.</b> Закордонний досвід соціального підприємництва .....   | <b>78</b>  |
| <b>Прохорова Є.В.</b> Підприємницькі компетентності, які набуваються студентами освітньо-професійної програми «Підприємництво» .....    | <b>81</b>  |
| <b>Руженський М. М.</b> Інноваційні складові соціального підприємництва.....  | <b>84</b>  |
| <b>Стожок Л.Г.</b> Соціальне підприємництво як інститут соціального захисту населення.....  | <b>87</b>  |
| <b>Ткаченко О.В.,Кулага І.В.</b> Соціальний капітал: теоретико-методологічні основи .....   | <b>90</b>  |
| <b>Уманців Ю.М.</b> Соціальний вимір конкурентоспроможності корпорацій .....  | <b>95</b>  |
| <b>Філіпенко А. С.</b> Принципи народної, солідарної економіки .....  | <b>98</b>  |
| <b>Хохич Д.Г.</b> Роль державно-приватного партнерства в підтримці та розвитку соціальних інновацій.....                                | <b>101</b> |
| <b>Шевченко В. Ю.</b> Соціальна спрямованість діяльності міжнародних банків.....  | <b>103</b> |
| <b>Шуплат О.М.</b> Соціальні інвестиції - як інноваційний інструмент розвитку підприємництва .....                                      | <b>106</b> |
| <b>Якубенко В.Д.</b> Соціальне підприємництво та постеконімічні контури фірми   | <b>109</b> |
| <b>Ямненко Г.Є.</b> Соціальне підприємництво як елемент інноваційного розвитку економіки.....   | <b>113</b> |
| <b>Секція 2. Інновації як інструмент максимізації соціальної цінності.....</b>  | <b>116</b> |
| <b>Lanchava Eliso</b> Social entrepreneurship in Georgia.....   | <b>116</b> |
| <b>Tsivtsivadze Nino</b> Cooperation between government and society for maximizing  |            |

|  |            |
|--|------------|
| social value .....   | 117        |
| <b>Буряк А.В., Дем'яненко І.В.</b> Інноваційна діяльність як основний фактор росту фінансових ресурсів .....   | 121        |
| <b>Грецька-Миргородська В.В.</b> Поведінковий підхід в питаннях формування соціально-орієнтованої економіки на рівні місцевого самоврядування.....                       | 124        |
| <b>Данников О.В.</b> Соціально-орієнтоване підприємництво – катализатор розвитку інклюзивної економіки в Україні .....   | 127        |
| <b>Диба О. М.</b> Інноваційна природа циклічних трансформацій у суспільстві.....   | 130        |
| <b>Жмайлова О. Г.,Бабицька О.О.</b> Інноватизація соціальної відповідальності бізнесу.....   | 133        |
| <b>Лозова Г.М., Чеберяко О.В.</b> Соціальний капітал як основа для розвитку соціального підприємництва.....  | 136        |
| <b>Лукьянченко В. В.,Свищєва Н. С.</b> Решение актуальных проблем в сфере здравоохранения на примере проекта «Надежда рядом».....  | 139        |
| <b>Мрачковська Н.К.</b> Інновації в сфері страхування .....  | 143        |
| <b>Ніколайчук О.А.</b> Звітність з інтелектуального капіталу підприємства як засіб підвищення соціальної цінності бізнесу .....  | 146        |
| <b>Рєпіна І.М.,Якушева Н.В.</b> Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент у вирішенні питань суспільного розвитку .....  | 149        |
| <b>Савельчук І.Б.</b> Використання технологій зеленої соціальної роботи як механізму забезпечення сталого розвитку громади.....  | 152        |
| <b>Скрипник Г.О.</b> Інновації в аграрному секторі економіки України .....   | 155        |
| <b>Студінський В.А.</b> Проблеми націоналізації економіки у дослідженнях вчених сучасної політекономічної школи Київського національного економічного університету ..... | 158        |
| <b>Терлецька Ю.О.,Ємець Ю.М.</b> Інновації як чинник конкурентоспроможності промислових підприємств .....  | 161        |
| <b>Тітенко З.М.</b> Інноваційний розвиток підприємств України .....  | 164        |
| <b>Ховрак І. В., Козицька Т.В.</b> Інвестиції в мистецтво чи мистецтво інвестицій? .....   | 167        |
| <b>Циганова Н.В.</b> Соціальне значення банківських інновацій.....   | 169        |
| <b>Секція 3.Соціальне підприємництво за умов співпраці громадських та неурядових організацій .....</b>   | <b>173</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>Банщиків П.Г., Паздрій В.Я., Урамова А.В.</b> Досвід запровадження дисципліни «Соціальне підприємництво» з використанням практично орієнтовного підходу до формування компетентностей через реалізацію проєктів..... | <b>173</b> |
| <b>Бортнікова Л. П.</b> Державна підтримка розвитку соціального підприємництва в Україні .....  | <b>176</b> |
| <b>Буряк М.І.</b> Індикативний вимір фінансового потенціалу регіону .....   | <b>179</b> |
| <b>Вергейчикова С.В.</b> Соціальне підприємництво – бізнес майбутнього .....  | <b>182</b> |
| <b>Галушка З.І.</b> Роль соціального підприємництва у забезпеченні розвитку громад .....  | <b>185</b> |
| <b>Давиденко Н.М.</b> Соціальні інвестиції в людський капітал .....   | <b>188</b> |
| <b>Даниленко О.А.</b> Використання можливостей соціального підприємництва в розбудові України як соціальної держави .....   | <b>192</b> |
| <b>Кириленко В.І.</b> Соціалізація економічної політики в Україні .....   | <b>195</b> |
| <b>Котенок Д.М.</b> Грані муніципальної підтримки соціального підприємництва .  | <b>199</b> |
| <b>Крищук А.Ю.</b> Роль недержавного сектору в сфері надання соціальних послуг .....  | <b>201</b> |
| <b>Крюкова І.О.</b> Передумови для розвитку соціального підприємництва в Україні .....  | <b>204</b> |
| <b>Кудінова А.В., Кочук С.І.</b> Регуляторна політика держави та інститут соціального підприємництва: проблеми взаємодії .....  | <b>208</b> |
| <b>Кузьмук І.Я., Ваганова О.В.</b> Соціальне підприємництво як компонент розвитку економіки України.....  | <b>211</b> |
| <b>Мельникова М.В.</b> Про особливості інституту соціального підприємництва в сфері життєзабезпечення міста .....   | <b>214</b> |
| <b>Музиченко Г. В., Коляда Т. А.</b> Організаційно-правові засади фандрейзингових кампаній в Україні.....   | <b>218</b> |
| <b>Нагорна О.В., Голубнюк М.О., Голубнюк А.О.</b> Соціальне підприємництво в Україні .....  | <b>221</b> |
| <b>Проскурович О.В., Хруст І.Б.</b> Тенденції соціального підприємництва в Україні .....  | <b>224</b> |
| <b>Розметова О.Г., Морозова Н.Р.</b> Проєкт «Допомагай з Україною в серці» як інструмент корпоративної соціальної відповідальності на туристичному підприємстві.....  | <b>227</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Теплюк М.А.,Кармазіна Л .В.,Цвітковський О.В.Соціальне підприємство як драйвер розвитку економіки України.....</b>                      | <b>230</b> |
| <b>Ткаленко С.І.Соціально відповідальна держава як основа соціального підприємництва .....</b>   | <b>233</b> |
| <b>Ховрак І.В.Надання соціальних послуг: досвід та перспективи співробітництва державних та недержавних організацій .....</b>              | <b>235</b> |
| <b>Шергіна Л.А.,Нотевський Є.В.Досвід формування соціального підприємництва в країнах Європи і США .....</b>                               | <b>240</b> |
| <b>Секція 4. Командоутворення та фандрайзинг у соціальному підприємстві .....</b>  | <b>244</b> |
| <b>Артеменко С. Б.,Піщикова К.А.Особливості фандрайзингу у соціальному підприємстві України .....</b>                                      | <b>244</b> |
| <b>Білошапка В.С.До питання про ефективність командоутворення в соціальному підприємстві .....</b>   | <b>247</b> |
| <b>Булах І.І.,Шиманська О.В.Технології фандрайзингової діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід .....</b>                              | <b>250</b> |
| <b>Волощук О.А.,Величко М.І.Фандрайзинг у соціальному підприємстві в сфері неформальної освіти .....</b>                                   | <b>253</b> |
| <b>Кривов'язюк І. В.,Гаранчевська І. А.Де взяти гроші на розвиток власного соціального підприємства або як правильно фандрайзити .....</b> | <b>256</b> |
| <b>Пузанов І.І.,Мілюкова Н.О.Досвід зарубіжних країн у сфері фандрайзингу – застосування в Україні .....</b>                               | <b>260</b> |
| <b>Чорний А.В.Розвиток лідерських компетенцій учасників самоорганізованих команд.....</b>  | <b>263</b> |
| <b>Секція 5. Ефективність нормативно-правового забезпечення соціальної підприємницької діяльності.....</b>                                 | <b>266</b> |
| <b>Арент С.С.Законодавче забезпечення державної політики розвитку соціального підприємництва .....</b>                                     | <b>266</b> |
| <b>Головко О. М.Соціальне підприємництво в Україні: законодавчі ініціативи.</b>  | <b>270</b> |
| <b>Погуда Н.В.,Касторська С.К.Корпоративна соціальна відповідальність на туристичному підприємстві .....</b>                               | <b>273</b> |

## **Секція 1. Моделі та інноваційні підходи до соціального підприємництва**

*Brezhnyeva-Yermolenko Olga*

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Associate professor of the department of Finances and Accounting,  
Dniprovsky State Technical University, Kam'yanske, Ukraine*

### **The potential of social investments for the development of national enterprises**

Regular monitoring and evaluation of social investment enterprise is a prerequisite for the rationalization of the entire system of social investment - both for individual companies and sectors, and at national level. Analysis of social investment and its priorities will not only increase the effectiveness of use of resources for social purposes, but also to identify current problems in this area, to draw public attention to the practice of socially responsible business.

Social investments - a material, technological, managerial and other resources and financial means companies sent to the social programs developed in the interests of internal and external stakeholders. Based on the foregoing suggests that strategically the resulting company will be a social and economic effects. The subjects of social investment - public authorities, state and municipal enterprises, commercial and non-profit organizations, and individuals. For the purposes of the state social investments can increase national income and standard of living; for business corporations, foreign investors and individuals - profit; for-profit organizations - improving the level and quality of life by means of satisfaction of material, spiritual and social needs [1].

The economic benefits of social investments is determined by how reduced production costs, increased productivity, reduced costs of temporary disability of employees increased by qualified security, reduced sanctions and punitive payments (due to environmental impact). For example, investments in environmental safety of



production, which require local communities to be reimbursed by the reduction of occupational diseases, improving productivity, increasing political and social stability in the territories of presence, strengthen the reputation of others.

On the other hand, corporate social investment can ensure a long time social impact through improved quality of life for employees, create a positive image of the company as a strategic perspective, the introduction of resource-saving technologies.

The scope of corporate social investment is now growing worldwide. According to the Social Investment Forum, if the 1995 corporate resources focused on social goals in the US were less than 640 mln. USD., In 2013 in the investment market of the country they reached 3.29 trillion. Dollars [2].

According to the purpose social investment businesses may be internal, external and universal. As a universal social investment can be considered investment companies in the development and maintenance of fair business practices and business ethics. If internal social investments aimed at developing and improving the quality of life of a company, the external - the development of local communities, including - supporting disadvantaged groups or talented young people, the development of institutions of culture, art and sport, social infrastructure, implementation of educational projects and community initiatives, environmental protection and so on. Some of these programs have exclusively charitable character, but the last time more and more companies are considering projects and programs in the social sphere as investment. Unlike sponsorship and patronage that have single and spontaneous, social investment is regular, strategic and planned in the budget campaigns in advance.

At the present stage of social investment of domestic enterprises, their investments are more focused on implementing internal programs that aim to develop their own human capital, resource and needs of employees. The lion's share of them occupy the program "baseline" level of social investment, covering the payment of contributions for compulsory social programs and private health insurance spending to ensure proper working conditions, training and educational programs for employees.

However, in Ukraine are still missing professional business associations with social responsibility, created and managed exclusively by companies on transparent and generally accepted conditions that were typical stage of development of corporate social responsibility in other European countries.

Overseas studies have found that, other things being equal, people choose a company that, in their opinion, is socially responsible. In the future these benefits are transformed into action - purchase shares of goods and services. The direct benefits of social investment - a stable business environment, reduce operational risks, the rise of financial indicators, increase sales, improve productivity, reduce costs, expand market, increase the market value of the company in the long term [3].

An effective instrument for accelerating the process of accumulation of social capital is the development of corporate social investment as a tool for increasing social capital. Their role is growing due to the new requirements of sustainable development - how to improve the competitiveness of domestic enterprises and to reduce environmental stresses and threats to the environment, compliance with international standards of security and quality of labor. This determines the relevance and practical importance of research problems of social investment in enterprises at the present stage of the post-Soviet countries.

### **References**

1. Lavrov, V. and Krichevskij, N. (2006), -What is a social investment| [Online], available at: <http://www.apn.ru/publications/article1776.htm>
2. Overview of Business and Community Investment. Business for Social Responsibility. [Online], available at: [www.bsr.org](http://www.bsr.org)
3. Orlova, E. (2004), -No costs and profitable investments|, Jekspert Ural, vol. 28, pp. 43-48.

*Ketsbaia Nino*  
*Doctor of Economics,*  
*Assistant-professor of Sukhumi State University's*  
*Business Administrating direction.*  
*Tbilisi, Georgia*

### **Modern communications of marketing – informal, verbal marketing communications**

The attitude of the target audience to the traditional advertisement has drastically changed in the modern conditions. The efficiency of the traditional communication forms decreases and the way is given to informal (non-standard) communications.

The specifics of the informal marketing communication between the suppliers and consumers is defined by some other characteristics. In traditional forms supplier and consumer connect each other by some media channel, but in non-formal communication conditions the consumers themselves actively participate in forming a counter reaction and, accordingly, in sharing the information. We can set apart the basic values, which characterize this form of communication: Continuity of communication, individuality of application, high interaction in information sharing, low cost.

Informal marketing communication, in our opinion, can be divided in two main types: interpersonal formal communications and non-personal informal communications.

1. **Interpersonal informal communications** – is an informal relationship (sharing views, discussion) between the consumers regarding to the subjects and topics, which are close to the profile of a company, to their demands, which the company can satisfy. Despite the simplicity and defined subjective character of this process, its effect is huge. The reason of this is the status of the information source, the consumers themselves.

According to the results of the surveys, 31%-32% of the consumers base their decisions on the advice of their acquaintances, friends, colleagues and about 41% of their close relatives. Only 7% make decisions based on TV commercials. As we can see, the advice of these so-called "close circle" is vital when it comes to making a decision for a purchase.

In non-formal communications field the role of the company is in its management, the company comes out as an independent person, with a consumer status and stages the necessary information among the participants.

Interpersonal informal communications are implemented in a direct form (talking), with phone talks, mail, using internet resources. The specifics of such contacts is that the relationship is often started between the consumers, who, as a rule, are the enthusiasts of their work.

Purchasing a product or service is a kind of important moment of satisfying the person's demands. The following groups can be belonged to the analogical segments: Bikers, cold weapon collectors, informal youngster groups. They actively use internet communications in pursue of interpersonal communications, concretely, they create the most well reachable internet forums.

2. **Non-personal informal communications** – informal marketing communication type is very different from the first one. Here the consumer is only an information carrier, because of that interactivity of communication and interpersonal communication is not unimaginable. Information sharing in this type of communication is massive, implemented with high speed and that shortens the motivation of understanding certain values, but increases the speed of sharing. Gossip and folk creations can be belonged to such communications.

Let's discuss each variations of informal communications.

**Gossip Management.** In communication system gossip represents a cycle self-expansive form, which can't provide an actual proof of reality, but it co-exists along with official sources. The essence of gossips mainly refers to the values of people such as: life, death, family, money and as a result it gets a defined emotional

saturation. One-time information pass to the listener is typical for this form of communication, who passed this information to the other one next time and so on.

The dynamic of gossip sharing is different from the closeness of –truth, Meaning, how well does a society understand it. The gradual suppression of gossip is depended on it's range, because people, who have already heard the gossip, usually don't pay more attention to it with the same intensity as they did initially. A gossip is a very important communication type in certain field of economics. For example, in banking one well thought negative gossip can cause a serious withdrawal of deposits, so that, a gossip is a very strong communicational tool, to think of its serious use. Let's discuss several well-known methods of gossip management. A gossip can be managed with using the following methods:

#### **Gossip replacer sociological survey.**

This method represents an option for sharing the necessary information which is based on an information, that was provided to a potential distributor during the previous sociological survey. A respondent is offered to agree or disagree with the certain claims, sharing those claims are in the interest of the one who staged the gossip. Defining the socially received answers do actively note this, which provides an option to not only share the gossip, but also allows it to reach some kind of emotional peak. For example, –do you approve or not, that the fast food company X is going to use gen modified products in its dishes?||

It's totally possible to stage a negative reaction of a society, it's also possible to do the opposite thing.

#### **Gossip involving phone survey.**

This method has following essence, –you didn't get there||, a wrong number is dialed intentionally, the message contains both, positive and negative news. For example, if there's an incoming call at 5 A.M. with a question: –Is this the X company?|| It's natural, that a negative attitude will be formed towards this company. The opposite reaction will be caused by the following method – –a similar number||, when there is a little change in a registered phone number and this change is used to share a necessary information, however such situations are often created naturally.

## **Folk tales**

In the field of informal marketing communications folk tales occupy an important place. First of all, that includes anecdotes, caricatures, jokes and so on. Nowadays, the result of advertisement, as well as the product's subject matter, causes a very active reaction from society. The characters in ads become some kind of folk heroes and they leave positive, negative and, in some cases, neutral reactions in a society.

Making a creative product, sharing it and its wide use provides a very good result for the marketing business of the company. On local market, this potential is well used by -Magticoml.

In conclusion, it can be said, that the use of an informal marketing communicational system while the traditional advertisement prices are on the rise, provides the best chance of success for any company.

## **References:**

1. Musician V. Advertising and PR - technologies. M. Armada - Press, 2001, 686 p.
2. Grishin E. Rumors. Corporate bulletin of the Civil Code. «Image - contact». M. 2001.
3. Angel D., Blackwell R. Consumer behavior. M. Peter, 2002. 624 pp.
4. Trout J., Rice L. Marketing War. M. Peter, 2002. 256 pp.
5. Golubkov E. Marketing research: theory, practice and methodology. M. Finpress. 2000. 464 p

*Kubareva, I.V.,*  
*PhD., Assoc. Prof. of Business Strategy Department,*  
*SHEE —Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

## **The Importance of Social Responsibility in Investment Attractiveness and Sustainable Development of Business**

Corporate Social Responsibility (CSR) refers to companies taking responsibility for their impact on society. CSR is important for the sustainability, competitiveness, and innovation of the enterprises and the economy. It brings benefits for risk management, cost savings, access to capital, customer relationships, and human resource management [1].

The importance of CSR for enterprise and EU economy is as follows [1]:

- in the interest of enterprises - CSR provides important benefits to companies in risk management, cost savings, access to capital, customer relationships, HR management, and their ability to innovate;
- in the interest of the EU economy - CSR makes companies more sustainable and innovative, which contributes to a more sustainable economy;
- in the interests of society - CSR offers a set of values on which we can build a more cohesive society and base the transition to a sustainable economic system.

Social responsibility of the business is important for the sustainability. The social development of business contributes to the achievement of the goals of sustainable development proclaimed by the UN [2]. The Sustainable Development Goals (SDGs) call on companies everywhere to advance sustainable development through the investments they make, the solutions they develop, and the business practices they adopt. In doing so, the goals encourage companies to reduce their negative impacts while enhancing their positive contribution to the sustainable development agenda [3]. Thereby, CSR strategy has the same principal objectives and participants/stakeholders. The research based on the interview with international experts of the most significant objectives and influential groups for sustainability

shows that business aimed to add value, manage the risks and obtain competitive advantages (Figures 1, 2). It is also important for business to be responsible for customers, investors, personnel and meet regulatory standards. Clients and customers, employees, governance, investors, regulators and civil society are the most important stakeholders of the development of sustainable business.

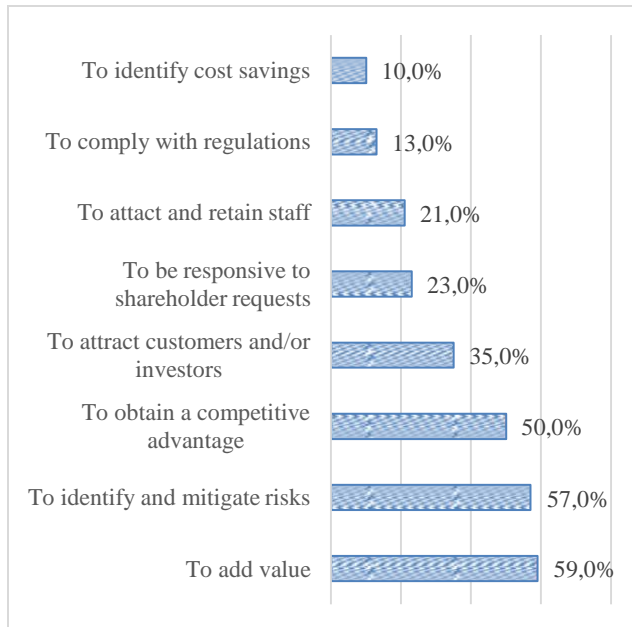


Figure 1. - The principal objectives of organization's sustainability strategy\*

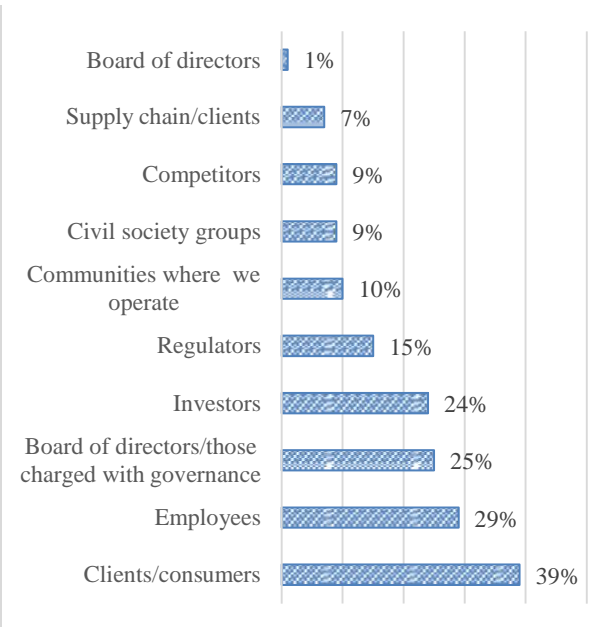


Figure 2. - The groups, which has the most influence on organization's sustainability strategy\*

\* Source: [3]

In the EU Sustainable Responsible Investment (SRI) supports development of CSR. SRI Strategies show growing in all their types: Sustainability themed investments; Best-in-Class investment selection; Exclusion of holdings from investment universe; Norms-based screening; Integration of ESG (Environmental, Social and Governance) factors in financial analysis; Engagement and voting on sustainability matters; Impact investing [4].

The type of SRI strategy is determined by ways of social investing and by the couple of appropriate indicators, which are taken in consideration by investors. The initial and important factor for investor is high level of business transparency and accountability. In addition, valuable to note, that investors today aspire not only to



receive income from the project, but also are interested in obtaining benefits from the social value of the project. In these conditions project initiators and creators should consider factors, which form social value in projects and measure them with investors' expectations.

Generally, modern economy dictates the rules of doing business, which are based on the creation of social values, along with the financial reward. Therefore, investment becomes a priori social-oriented, and companies can be successful and attractive to investors only if sustainable development and strengthening of the social component of projects.

### **References:**

1. European Commission. Corporate Social Responsibility (CSR). – Electronic resource. – The way of access: [https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en)

2. SDG Compass. The guide for business action on the SDGs // United Nations, 2015. – 30 p. – Electronic resource. – The way of access: [https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/05/019104\\_SDG\\_Compass\\_Guide\\_2015\\_v29.pdf](https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/05/019104_SDG_Compass_Guide_2015_v29.pdf)

3. Sustainability reporting - the time is now. Report. // EY in association with the Global Reporting Initiative (GRI), EYGM Limited, 2013. – 24 p. – Electronic resource. – The way of access: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY\\_Sustainability\\_reporting\\_-\\_the\\_time\\_is\\_now/\\$FILE/EY-Sustainability-reporting-the-time-is-now.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_Sustainability_reporting_-_the_time_is_now/$FILE/EY-Sustainability-reporting-the-time-is-now.pdf)

4. European SRI Study 2016. // Eurosif. 2016. – 112 p. – Electronic resource. – The way of access: <http://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2016/11/SRI-study-2016-HR.pdf>

*Sandal, Jan-Urban,*  
*Doctor of Philosophy, Professor*  
*Owner, Rector, Fil. Dr. Jan-U. Sandal Institute, Norway*  
*Professor chair Joseph A. Schumpeter Centre for Economic Research*  
*YuriyFedkovich Chernivtsi National University, Ukraine*

## **Models and innovative approaches to Social entrepreneurship**

Social entrepreneurship is a special form of management, which purpose is to run a production function in such a way as to ensure the increase of value for all the participating parties in that function [1]. The model and its definition embraces both the concepts of management, innovation and social value. Social value implies not only the improvement of the society, but also progress of everybody's life. The main objective of social entrepreneurship is to make the world a better place for everyone. Everyone means all the people, not only the stigmatized and fragmentized like the poor, the sick, the old, women, refugees, students, migrants etc., in an unbalanced and positive discriminating development, which has taken place over a number of years, and where the vast homogenous majority (read the white heterosexual working class) in the West has been left out. Social entrepreneurship is a new opportunity to reinforce and develop the Western style democracy, which has its roots in the capital market economy. Entrepreneurs created the strength and survival of democracy, and that process is carried on today based on models and innovative approaches to social entrepreneurship. In the process of social entrepreneurship, innovation is essential. Without the driving force and transforming power of innovation, everything will remain in the old. Innovation is scientifically defined as a new combination of the first and second input factors in the production function (land and labor) [2]. In social entrepreneurship, the production function will secure increased output to everyone taking active part in the transformation and offer both economic benefits and social value. Anyhow, innovation is always created by the single individual, never by a group of people like the board of directors, committees, elected or appointed

representatives, political parties, or governments and so on [3]. Social innovation denotes the process whereby the individual person makes free and independent decisions concerning the combination and use of factors of production, with the aim of introducing a social service which improves people`s life and has not been on the market previously [1]. Some activities are automatically left out of the concept of social entrepreneurship; social work, philanthropy, volunteer work, missionary work, to be good and giving back or helping friends and the poor. All these activities, and many others in the same category should be looked upon as a normal way of conducting a human and friendly way of life, and they are not relevant for any models of social entrepreneurship. Social entrepreneurship is a process of change, and the individual person who is called a social entrepreneur carries it out. To be a social entrepreneur is not a job, no wages are payed and there are no employer giving orders to the social entrepreneur. Still the social entrepreneur is the one who manages the production function, an unsalaried task remunerated by entrepreneurial profit only when successful. The question is whether the social entrepreneur is managing himself or if he is managing others. In the role as social entrepreneur, he is managing himself. He is an expert, not by education or trade, but by the virtue of abilities; his will and his strength, but also by being able to foresee the result of his efforts on the market long before the product or service has been launched. When the new product or service is introduced in the market, the buyers are free to choose to buy or to reject. When they buy, they will learn how to use the new service or commodity and they will understand buy themselves that the new is better than the old. The market forces will destruct the old products and services and the new ones will take over. This change, based on innovation only is understood as development. The power of the citizens has spoken, the development is inevitably and irreversible. In other words, social entrepreneurship is not about protecting or prolonging the old; the system and its failures that exist and has been exciting for a number of years; it is about destroying the old and creating the new. It is unlikely to believe that the establishment in any country would be interested in supporting social entrepreneurship if they knew the real power of the new democratic norm [4], which

implies that individuals should have the same rights and opportunities of influencing the collective decisions affecting them through the process of innovation. In some cases, the complete political foundation in nations characterized as shadow democracies will have to yield for the western style democracy, securing the citizens private individual freedom, private economic freedom, equal rights, a more secure society for everyone, freedom from state corruption and suppression and opportunities for everyone to reach the potential of one`s life [5].

### **References**

- [1] Sandal, Jan-U. (2004). SosialtEntreprenørskap. – *Lund Papers in Economic History*. No 96, 2004.
- [2] Schumpeter, J., A. (2008). *The theory of economic development*. New Brunswick, USA, Transaction Publishers. Translated from the German by Redvers Opie, the 14<sup>th</sup> printing. – 256 p.
- [3] Casson, M. (1982). *The Entrepreneur – An Economic Theory*. New Jersey: Barnes & Noble Books.
- [4] Warren, Mark E. (2003). The Political Role of Nonprofits in a Democracy. *Society* vol. 40 No. 4 p. 46 – 51.
- [5] Sandal, Jan-U. (2017). How innovation maintains and develops democracy. *Economic Annals-XXI*.ISSN 1728-662, 165(5-6), 2017, p. 23 – 26.

***Severyn - Mrachkovska Liudmyla Vasylivna***

*PhD, Associate Professor,*

*Associate Professor of the Department of Philosophy of the State University "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman"*

### **Socially oriented entrepreneurship: the essence, directions of activity and prospects of development**

The success of an entrepreneur, a powerful corporation is determined by many factors, in particular, the degree of responsibility of the entrepreneur to society and

the public. Entrepreneurial activity should be organized and implemented taking into account not only private economic interests, but also interests and needs of society, its consequences should be positive for it; that is, it must be socially oriented.

The priority directions of the socially oriented activity of modern entrepreneurship are: participation in the revival of depressed regions, which are characterized by a significant decrease in the population and the decline of economic activity [2,14], the development of environmental business and the practice of charity and patronage.

Successful overcoming of the problems connected with employment of the population in hopeless cities, generating not only poverty, but also a large number of social "illnesses" (drug addiction, crime, suicide) is possible, first of all, with the participation of entrepreneurship, which can reveal the competitive advantages of a depressed region and by inflating private investment, a well-balanced economic strategy and favorable government policy, "reanimate" the economy in it, and, therefore, give new jobs to people, provide additional revenues to the state treasury, decide a number of pressing social problems. As for the "old cities", it is necessary to apply a "strategy to promote wealth creation" [3,416], to solve their problems from the standpoint of an economic approach, rather than a social one.

The social function of entrepreneurship in the depressed regions of the country would be more active and large in terms of promoting state-owned entrepreneurship. Social business initiatives should encourage it, and socially-oriented entrepreneurship should gain prestige and respect in the eyes of society.

In our opinion, strategically important directions of business activity in the sphere of environmental protection are:

- first, the production of environmentally friendly means of alternative energy (solar panels, wind turbines, etc.);
- second, realization of resource saving practice;
- third, the initiation and implementation of environmental measures, organization of cooperation with the public;

- fourth, the organization of charitable activities in order to overcome the urgent problems in the area of environmental protection;

- fifth, ecologization of relations of the enterprise with consumers of products;

- sixth, participation in the formation of an active ecological "lobby" in state authorities;

For the successful development of environmental entrepreneurship, it is necessary "to combine reasonably economic instruments (financial market, lending, etc.), voluntary activities of business people and command and control functions of legislation" [1,245].

The environmental determinant becomes more and more noticeable in the economic system, defining the prospects for its further development, and should be strengthened through the active participation of entrepreneurship in environmental activities.

There are several factors for the emergence and development of the practice of charity and patronage. Firstly, it is a purely subjective factor, connected, on the one hand, with the desire of merchants and industrialists to satisfy their own vanity and ambitions; on the other hand, with the personal aspirations of the entrepreneur to justify, from moral positions, hired labor, their abundance and activity on its accumulation.

One of the first types of charity, which was widespread until the nineteenth century, was the donation of the "sick and poor" and the temple. Gradually, the idea of charity with religious and moral motives gave way to the idea of serving the public interest.

Secondly, the political factor. For the motivation of entrepreneurs' behavior, the spirit of statehood has a significant impact. Thus, in particular, at one time in the territory of the Russian Empire a "ideology of ministry" was strongly developed, the ideas of which were embraced by all the contemporary social strata.

Thirdly, the social factor. Charity and patronage, in part, contributed to the reduction of social tension in society, generated by the development of business. From the end of the 19th and early 20th centuries, industrialists, realizing the key role

of an employee in the industry, are beginning to participate in the development of education and culture in order to receive qualified personnel in a context of growing market competition. Hence - payments to schools, colleges, universities [4].

Modern domestic and foreign entrepreneurs (R. Akhmetov, the family of Pinchukov, O. Feldman, V. Spivakov, B. Gates, G. Ford, J. Clark, J. Soros, etc.), taking concrete steps to revitalize their activities in public life, revive the practice of philanthropy and charity [5].

Charity and philanthropy are the most common form of directing material resources to solve social problems - social investment of wealthy people. The most far-sighted and educated entrepreneurs have been perceiving charity as a long-term investment for the social needs of society, thus demonstrating a civilized professional approach to solving current socio-economic problems.

The model of socially oriented entrepreneurship is the most promising form of business activity in the modern world, as it promotes a civilized redistribution of material goods in society, the removal of social tension, and the resolution of environmental problems.

At the same time, the formation and functioning of a model of socially oriented entrepreneurship is a vivid example of manifestation of the significant influence of morality on the economy, its ability to influence and determine the economic existence of man.

#### **References:**

1. Krutyakova V.I. Market Mechanisms for the Development of Environmental Entrepreneurship in Ukraine // Ecological Innovations. -2001 - Issue12.
2. Neshchadin A. Economic Growth and Constraints of the Human Potential // Society and Economics. -2004 - № 5-6.
3. Porter, Michael, E.Competition: Translated from English .: Ed. handbook - M.: PH«Wiliams», 2000.
4. [www.okipr.ru](http://www.okipr.ru)
5. [rbc.ru](http://rbc.ru); [news.stanford.edu](http://news.stanford.edu); K. Karpenko. Art requires donations // Correspondent. December 16, 2011.

*Бибик Д.Д.,*

*Старший викладач кафедри теорії та технології соціальної роботи  
Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова*

### **Роль лідера в соціальному підприємстві**

Соціальне підприємство – це нова для України невиробнича сфера підприємницької діяльності, що є дуже популярною та розвинутою в економічно розвинених країнах світу. В університетах України поки ще немає спеціальності або спеціалізації «соціальний підприємець» - надзвичайно важливої професії фахівця, який повинен володіти вміннями підприємницької роботи не тільки в невиробничій сфері, але з різними категоріями населення.

Проблематика соціального підприємства стала предметом наукових досліджень з 90-х років ХХ століття. В Україні категорія «соціальне підприємство» немає широкого розповсюдження, тому часто плутають соціальне підприємство з соціальною відповідальністю, як в науці, так і в бізнесі.

З вітчизняної науки варто зауважити, що у світі досі не існує єдиного визначення даної категорії, але більшість з цих визначень говорить про бізнесові механізми вирішення соціальних проблем, створення громад та взаємодопомоги. Соціальне підприємство є мультидисциплінарною темою для дослідження, тому в її концепцію входять не тільки економічні елементи, але і питання моралі та етики, соціальної справедливості та психології.

Сьогодні підприємства функціонують у складних соціально-економічних умовах. Тому перед керівниками підприємств постає проблема ефективного менеджменту. Вивчаючи питання ефективності менеджменту, науковці у своїх дослідженнях розглядають питання лідерства сучасних керівників та намагаються визначити необхідність існування лідерських якостей у менеджерів вищої ланки. Таким чином, питання лідерства у сучасному



менеджменті є дуже актуальним та своєчасним. Однак, науковці не дійшли до єдиного розуміння сутності, рис та форм прояву лідерства.[1]

Думка Селії Ходсон, полягає в сутності розвивати майбутніх досвідчених фахівців у секторі соціальних підприємств, щоб забезпечити їх підприємницьку діяльність. Майбутні досвідчені фахівці повинні стати винахідливими, мати змогу розвивати культуру інновацій. Ініціатива допоможе сформувати і розвивати соціальні підприємства в надійних, самодостатніх та вигідних компаніях, залучивши досвідчених лідерів.[2]

Інновації є новою ініціативою, це дуже розширює нашу місію по розвиток сучасних соціальних підприємств шляхом залучення громади, підтримки та знань до соціального підприємця та їх підприємства.

Тема лідерства опрацьована науковцями в достатній мірі, та все ж більш досконало розвинена та розроблена зарубіжними фахівцями. Серед них: Р. Танненбаум, І. Вешлер і Ф. Масарик, П. Друкер, Ф. Фідлер, В. Врум, Ф. Йеттон, М. Мескон, П. Херсі і К. Бланшард. Вони створили моделі та висунули теорії, які отримали світове визнання та затвердили себе як правдиві та науково обґрунтовані ідеї. Українські та російські вчені, такі як: Ф. Хміль, В. Лозниця, Д. Виханський, В. Веснін теж внесли вклад в розвиток теорії лідерства. Водночас, проблема лідерства набула нового контексту в умовах соціально-економічних змін, позначаючись на ефективності діяльності організації, в якій функціонує досвідчений лідер.

Так що ж представляє собою досвідчений лідер у секторі соціальних підприємств? Велике керівництво в соціальному підприємстві поєднує в собі здатність дозволити іншим діяти, одночасно розвиваючи культуру інновацій і характеризується чотирма ключовими факторами:

- ✓ дозволяють іншим діяти;
- ✓ швидко діють;
- ✓ залучають інших;
- ✓ орієнтуються на зовнішні фактори;[2]

Те, що ми бачимо, - це сплеск в секторі соціальних підприємств, де ефективні лідери будуть розробляти нові ідеї і очолювати відмінні команди, щоб домогтися довгострокового соціального впливу.

Ми повинні більше співпрацювати один з одним, заохочувати приватне і професійний розвиток у створених і майбутніх соціальних лідерів, а також долучати наставництвом досвідчених лідерів завтрашнього дня, які в кінцевому підсумку перетворять довгострокові соціальні наслідки.

На сьогоднішній день життєво важливо сильне керівництво для успіху соціального підприємства. І тому лідерство в соціальному підприємстві спирається на етику, чесність і досвід, які можна було б очікувати, але також на співчуття і пристрасть. Ці останні риси часто забуваються, коли ми говоримо про лідерство в корпоративному світі, але без цих ознак лідери в нашому секторі борються за те, щоб справити позитивний вплив, рідко встановлюють сильні системи підтримки і не мають мотивації для виховання нових лідерів.

Соціальним підприємствам потрібні послідовні рішення, роль лідера полягає в володінні професійними комунікативними навичками і емпатією, провідними шляхами, і ефективними.

Наше завдання вдосконалити та навчити соціальних лідерів - інноваторів змін, створювати та впроваджувати соціальні проекти, які сприяють соціальній та економічній.

Отже, лідерство в сучасних складних соціально-економічних умовах виступає невід'ємним чинником соціального підприємництва. Наявність лідерських якостей у керівників даного сектору може бути суттєвим гарантом досягнення конкурентоспроможності підприємства.

В сучасних умовах лідерство дасть нам змогу підняти людське бачення на рівень більш широкого світогляду, вивести ефективність діяльності людини на рівень більш високих стандартів, а також сформувати особистість здатну досягти великих результатів за допомогою своїх не ординарних здібностей. Процес лідерства дасть змогу вдосконалити внутрішньо-управлінську структуру відносин в організації, забезпечити постійний рух вперед для

досягнення найкращих результатів, корисних як для суспільства, так і країни в цілому [3].

Отже, в процесі підготовки досвідченого фахівця в соціальному підприємстві необхідно забезпечити формування розвинутої особистості з високим рівнем готовності її до діяльності, що стає неможливим без розвитку лідерських якостей. Набувши цих якостей та лідерського потенціалу, майбутній досвідчений лідер зможе визначити оптимальну стратегію, що дозволить підвищити ефективність підприємницької діяльності та конкурентноспроможності. Відповідно, що прояв лідерських якостей лідера дозволить не тільки модернізувати сферу соціального підприємства, а й покращити діяльність конкретних закладів, організацій.

#### **Список використаних джерел:**

1. G. Shvets / Швець Г. О., 2017 REPORTER OF THE PRAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY Section: Economic sciences 2017, Issue 33 125
2. Завтрашние великие лидеры в секторе социального предпринимательства /Селия Ходсон [Електронний ресурс] –Режим доступу: **<http://www.generositymag.com.au/tomorrows-great-leaders-in-the-social-enterprise-sector/>**
3. Алфімов Д.В. Сучасні концепції виховання лідерських якостей особистості / Д.В. Алфімов // Наукова скарбниця освіти Донеччини. – Донецьк – 2011. – №1.

**Бондарчук Л.М.**

*кандидат філологічних наук, доцент*

*кафедри української мови та літератури*

*ДВНЗ „Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*»

## **Польське соціальне підприємництво: особливості термінології**

Соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність, спрямована на інноваційні, значні та позитивні зміни в суспільстві. У той час, коли підприємці зосереджують увагу на отримання фінансової вигоди, соціальні підприємці прагнуть до збільшення соціального капіталу. Вони беруть участь у таких сферах, як освіта, охорона навколишнього середовища, боротьба з бідністю та права людини. У ХХІ столітті в Європі соціальне підприємництво набуває все більшої популярності як ефективний механізм вирішення місцевих соціальних проблем.

У Польщі розуміння соціального підприємництва збігається з дефініцією, визначеною EMES (European Research Network – Європейською дослідницькою мережею), яка виділяє такі особливості соціальних підприємств: вони працюють на регулярній основі на основі економічних інструментів; незалежні від державних установ; котрі підлягають економічним ризикам; мають у наявності навіть невеликий оплачуваний персонал; мають чітку орієнтацію на суспільно корисні цілі підприємства; мають громадянський характер ініціативи; у них демократична система управління та ін [1]. У Польщі, крім зазначених вище критеріїв, додаткова увага приділяється місцевому характеру соціального підприємництва. Соціальне підприємництво в Польщі, як і в Європі, бере свій початок у ХІХ столітті як альтернатива вільній ринковій економіці. Поляки тоді утворювали кооперативи та інші організації самопомоги.

Лексика з різних галузей науки, техніки та мистецтва, які використовуються у професійному спілкуванні, називається термінологією.

Сучасна термінологія як галузь науки ґрунтується на основних властивостях терміна (співвіднесеність із поняттям, точність, стислість, виразна нейтральність) та поєднує в собі елементи логіки, предметні знання, лінгвістику, філософію, інформатику, семіотику та елементи символізму. Економічні терміни – це слова, які функціонують у економічній сфері суспільства та формують термінологію економіки як науки. Економічні терміни найчастіше використовуються людьми, які вивчають економіку, отримують економічну спеціальність або працюють в галузі економіки.

Аналізуючи номінативні процеси в термінології, дослідники відзначають стійку тенденцію до збільшення синтаксичної деривації. Цей метод словотворення термінів є дуже продуктивним на сучасному етапі розвитку термінологічної системи польської мови (близько 70% термінів в різних термінологічних системах – синтаксичні конструкції) [3]. Економічні терміни (зокрема в соціальній економіці), як правило, являють собою словосполучення, що складаються з двох слів або складні вирази, що складаються з трьох або більше слів.

Компонентом великої кількості соціальних термінів часто є номінації, в яких частиною є прикметник *-społeczny* або *-socjalny* (*ekonomia społeczna* „соціальна економіка, система соціально-економічних взаємовідносин, заснованих на різноманітні форм власності, свободі підприємництва, здоровій конкуренції за умов сильної соціальної політики, яка забезпечує гідний рівень життя населенню та гарантує його соціальний захист на підставі високого рівня розвитку економіки», *hierarchia społeczna* „соціальна ієрархія, структурна побудова суспільства або окремих спільнот за рівневою ознакою з послідовним підпорядкуванням нижчих рівнів (шаблів) вищим; така диференційованість суспільства або спільноти, яка виникає в процесі відносин субординації в межах певної соціальної цілісності й функціонує за принципом "вищий — нижчий», *przedsiębiorczość społeczna (socjalna)* „соціальне підприємництво, бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем; прибутки соціального підприємства спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські

справи чи на вирішення гострих суспільних проблем, *projektsocjalny* „соціальний проект, сконструйоване ініціатором проекту соціальне нововведення, метою якого є створення, модернізація або підтримання в середовищі, що змінюється, матеріальної або духовної цінності» та ін.

Синтаксичні вирази, що складаються з трьох або більше слів, також дуже активно використовуються в усних та писемних текстах у сфері соціального підприємства: *agencja pracy tymczasowej* „агентство тимчасового працевлаштування, яке надає послуги з тимчасового укомплектування кадрами для забезпечення персоналом щодо тимчасових призначень», *metody badań socjologicznych* „методи соціологічного дослідження, які діляться на методи збору інформації (метод аналізу документів, метод спостереження, метод опитування, метод експерименту) і методи аналізу матеріалу (використання статистичних групувань, шкалування, виявлення кількісних залежностей тощо)»; *centrum integracji społecznej* „центр соціальної інтеграції з наданням психологічної допомоги, який виконує функції соціальної та психологічної реабілітації» тощо.

Отже, одним з найпродуктивніших способів поповнення термінологічної системи у галузі соціального підприємництва у польській мові є синтаксичне словотворення, використання словосполучень для номінації економічних понять. Економічні терміни галузі соціальної економіки переважно виступають у формі синтаксичних конструкцій, котрі складаються з двох слів або складні вирази, що складаються з трьох або більше слів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Duranowski Wojciech, Pankiv Olga. *Przedsiębiorczość społeczna a praca socjalna*. – Warszawa: Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, 2014.
2. ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ SPOŁECZNYCH – Режим доступу [<http://www.zus.pl/sloownik>].
3. Даниленко В. П. Лексико-семантические и грамматические особенности слов-терминов / В. П. Даниленко // Исследования по русской терминологии / [отв. ред. В. П. Даниленко]. – М. : Наука, 1971. – С. 7–67.

**Воляк Л.Р.**

*к.е.н., ст. викладач кафедри  
статистики та економічного аналізу*

**Кривобокова А.А.**

*студентка*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

## **Моделювання в сільському господарстві з врахуванням інтерактивних технологій**

Розвиток сільського господарства, головним чином, залежить від природних, а особливо від агрометеорологічних умов, які формуються за рахунок поєднання агрометеорологічних чинників в певні часові інтервали на певній території [2]. Міжурядова група експертів зі змін клімату (МГЕЗК) при ООН у 2007 р. видала Четверту доповідь в якій підтверджує антропогенну природу глобального потепління. Дані, наведені в останній доповіді, свідчать, що з початком XXI ст. підвищення температури повітря залишається досить інтенсивним. Дослідження вікового ходу аномалій температури повітря на території України протягом XX-XXI ст. показали несподівану його схожість з віковим ходом глобальної температури. В останньому десятиріччі темп приросту річної температури повітря в середньому по території України став в 1,5 рази швидшим ніж у глобальному масштабі і склав  $0,4^{\circ}\text{C} / 10 \text{ р.}$  [1]. На фоні потепління глобального і регіонального клімату можуть змінитися не лише температура повітря, а й інші характеристики клімату: циркуляція атмосфери, режим зволоження, тривалість сезонів року, посушливість та інше. Дані фактори є причиною зниження обсягів та якості врожаїв сільськогосподарських культур.

Зокрема, виникає необхідність у прогнозуванні урожайності з врахуванням кліматичних факторів для виявлення найбільш перспективних культур при певних погодних умовах. З цією метою використовується проект «Корисний

для використання» (Useful to Usable (U2U)). Він профінансований Міністерством сільського господарства США для підвищення стійкості та рентабельності ферм у Північно-Центральній частині країни шляхом перетворення існуючих даних про клімат у релевантну інформацію для сільського господарства. Метою даного проекту є допомога агровиробникам у підготовці довгострокових прогнозів у галузі рослинництва з врахуванням змін навколишнього середовища для досягнення максимальної урожайності.

Тобто, на основі вихідної ретроспективної інформації створюється інтерактивне середовище, яке дозволяє моделювати погодні умови для певної території.

Використання даного програмного забезпечення починають з вибору території на якій будуть проводитися дослідження. Для цього достатньо ввести назву місця або поштового індексу.

На основі даних показників утворюється графік на якому виводиться інформація щодо орієнтовних дат останніх весняної та першої осінньої заморозків розрахованих на основі ретроспективних даних, середня тривалість дня, орієнтовні дати фази вики- дання маточкових стовпчиків (в качані кукурудзи) та заморозків на поверхні ґрунту.

Наприклад, користувач може вибрати початок періоду вирощування на підставі очікуваних дат посадки, якщо це до початку вегетаційного періоду або фактичних дат посадки після його початку. Зміна дати може мати значний вплив на ризик коливання заморозків навесні.

Крім того, фермери можуть використовувати цей інструмент для планування сезонних застосувань добрив, гербіцидів та фунгіцидів на основі передбачуваних термінів вирощування культур, що досягають певних стадій росту.

Можна стверджувати, що даний сервіс надає можливість будувати модель зміни клімату щоб краще зрозуміти залежність сільського господарства від кліматичних факторів.



На даний час однією з найважливішою проблем агропромислового комплексу України є його вчасна адаптація до змін клімату. Необхідно не тільки виконати прогнозні оцінки їх впливу на сільськогосподарське виробництво, але і спрогнозувати майбутні довгострокові ризики прояву кризисних кліматичних явищ та продовольчої безпеки, а також розробити відповідну систему ефективних адаптаційних заходів. Важливим в цьому відношенні є використання сучасних інформаційних ресурсів, які уже розроблені та успішно апробовані у інших країнах. З цією метою доцільним є створення відповідного інформаційно-аналітичного консультаційного центру для акумулювання інформації на рівні України та подальшого оперативного надання відповідних прогнозних оцінок і рекомендацій щодо вирощування певних культур на різних територіях.

#### **Список використаних джерел:**

1. Практичний напрямок досліджень зміни клімату в Україні / М. Б. Барабаш, О. Г. Татарчук, Н. П. Гребенюк, Т. В. Корж // Фізична географія та геоморфологія. – 2009. – № 57. – С. 28-36.

2. Собко З. З. Вплив агрометеорологічних чинників на врожайність теплолюбних сільськогосподарських культур (на прикладі Рівненської області) [Електронний ресурс] / З. З. Собко, М. М. Вознюк // Молодий вчений. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/8/2.pdf>.

3. The U2U Corn Growing Degree Day tool: Tracking corn growth across the US Corn Belt [Електронний ресурс] / James R. Angel, Melissa Widhalm, Dennis Todey та ін.] // Climate Risk Management. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [www.elsevier.com/locate/crm](http://www.elsevier.com/locate/crm).

*Галабурда М.К.*

*к.е.н., доцент*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

## **Можливості інноваційного розвитку соціального підприємництва в рентоорієнтованій економіці**

Сучасний стан розвитку економічних відносин виключає можливість проведення теоретичного аналізу та моделювання без урахування національних факторів інноваційних змін. При всій різноманітності теоретичних підходів досить часто поза аналітичною увагою залишається така важлива складова, як ефективність економічної системи, покращенню якої повинні сприяти інновації.

Важливою умовою інноваційного розвитку є конкурентне середовище, яке змушує динамічного підприємця здійснювати пошук прибутку в сфері порівняльних переваг технологічного, організаційного, управлінського, соціального і т.п. характеру. Чим розвиненіша конкуренція, тим більш тривалий період впровадження інновацій, тим нижче рівень прибутковості нововведень. Саме цим фактом можна пояснити необхідність державного стимулювання та підтримки інновацій.

Стимулююча роль держави за наявності розвиненої системи конкурентних економічних зв'язків, дозволяє створити таку систему обмежень підприємницького вибору, за якої альтернативи інноваційним планам просто стануть не вигідні. Теоретичні обґрунтування політики інноваційного розвитку передбачали зміну концептуальних методологічних позицій аналізу природної рівноваги на методи соціального дарвінізму, що базується на гіпотезі ефективності еволюційного відбору. Проте, чи завжди новаторські ідеї будуть спрямовані на підвищення економічної ефективності? І чи не будуть інші учасники ринку перешкоджати появі нових конкурентів?

Державу як інститут реалізації влади можна і необхідно розглядати як економічний фактор, який нарівні з інформацією має характер суспільного блага, і отже може бути включений підприємцями в сферу альтернативних інвестиційних програм. А. Крюгер, Дж. Стиглер, Дж. Б'юкенен і багато інших теоретиків рентоорієнтованої поведінки досліджували способи витягу політичної ренти.

Особливості реалізації інструментів інноваційної та соціальної політики на пострадянському просторі зумовлені, насамперед, інституційною специфікою управлінського апарату більшості країн колишнього соцтабору, яка полягає у видозміненій в процесі еволюційного відбору системи приписок, бюрократичного апарату, активного лобі оборонної промисловості, маніпулювання голосами виборців і т. п. За винятком кардинальної трансформації форм власності управління процесами постсоціалістичної трансформації відбувалося за збереження основ всієї ж системи відносин, формально іншою, але по суті - колишньою.

Не дивно, що інноваційні програми економічної політики перетворилися на ширму для експлуатації порівняльних переваг державного втручання в економічні програми. Засилля на ринках всіляких абсурдних інноваційних планів вічних двигунів, нано-технологій з виробництва наноосків, наносерветок, наночаю є яскравим підтвердженням того, що державні програми інноваційного розвитку не працюють, що основне їхнє призначення - це отримання переваг в оподаткуванні, дотаціях, субсидіях, субвенції та інших привілеїв для тих, хто в змозі забезпечити максимальні трансферти ресурсів на користь суб'єктів прийняття політичних рішень.

У випадку із інноваційним розвитком соціального підприємництва проблема набуває ще більшої складності через необхідність врахування принципів соціальної справедливості. В умовах невизначеності із соціальними пріоритетами цільової функції економічної політики соціальне підприємство відкриває широкі можливості для прикриття рентоорієнтованої поведінки емоційними гаслами та схоластичними деривативами. Звільнення від

оподаткування імпорту сигарет, алкоголю та інших підакцизних товарів підприємств релігійних організацій; функціонування благодійних фондів імені тих, хто розділив між собою суспільну власність – апогей абсурду та лише частина прикладів, які ілюструють можливості розвитку соціального підприємництва в рентоорієнтованій економіці.

Такий стан речей дозволяє говорити про неможливість інноваційного розвитку соціального підприємництва в умовах домінування рентоорієнтованої поведінки серед господарюючих суб'єктів. Соціальні вигоди, одержувані від подібної діяльності ніколи не покривають пов'язаних з нею суспільних збитків. Порушення відповідності між цілями та інструментами економічної політики призводить не тільки до прямих збитків у вигляді недоотриманих до бюджету коштів або дискримінації господарюючих суб'єктів, але і формує негативні екстерналиї у всіх сферах економічної діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін / Ю.М. Бажал // К.: Заповіт, 2000. – С. 240.
2. Галабурда Н.К. Инновации, поискренты и эффективность постсоциалистической трансформации // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 40-1.– Донецк, ДонНТУ, 2011. – С.119-125.
3. Gupta D.K. The Economics of Political Violence: The Effect of Political Instability on Economic Growth, New York: PraegerPublishers, 1990.
4. Павленко І.А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України / І.А. Павленко; Київ. нац. економ. ун-т ім. Вадима Гетьмана. – К.: КНЕУ, 2008. –248 с.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): пер.сангл. – М.: Прогресс, 1982.
6. Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты. – М.: Дело, 2001.

7. Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории – СПб.: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005.

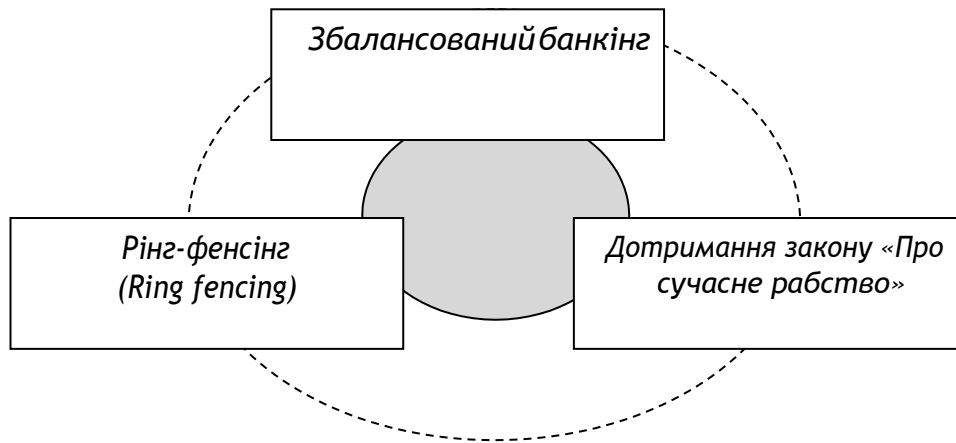
*Гернего Ю. О.,*

*к. е. н., доцент кафедри інвестиційної діяльності  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
ім. Вадима Гетьмана»*

### **Практики соціально-орієнтованого банкінгу: досвід Royal Bank of Scotland**

Сучасне суспільства ставить якісно нові вимоги до бізнесу. Виключно комерційна складова виявляється недостатньою умовою для забезпечення конкурентоспроможності на національних та міжнародних ринках. У розвинених країнах світу стрімко розвивається соціально-орієнтований бізнес. Це зумовлює актуалізацію не лише прикладного аспекту, але й розширення спектру теоретичних обґрунтувань соціальних інвестицій, вивчення прогресивного зарубіжного досвіду.

При чому, підтвердження необхідності ґрунтовного дослідження наведених питань знаходимо, як у практиці сьогодення, так і у працях зарубіжних авторів, зокрема І. Кірцнера, Ж. Тіроля, Дж. Стіглера, які визнавали можливість формування інноваційних ідей однією із ознак ефективного суперництва [1; 2]. У розвинених країнах світу одним із ключових напрямів соціальних інвестицій є соціально-орієнтований банкінг. Це явище набуло особливого поширення для так званих Highstreetbanks (Mainstreetbanks) у Великій Британії. Зокрема, досить широким є спектр соціально-орієнтованого банкінгу Royal Bank of Scotland Group PLC (RBS), який реалізує три ключові напрями соціальних інвестицій (рис. 1).



**Рис. 1. - Напрями соціальних інвестицій RBS\***

\* Джерело: узагальнено автором за[3]

В організаційній структурі банку сформовано структурний підрозділ, який відповідає за збалансування банкінгу. З-поміж цільових орієнтирів його функціонування знаходимо: збалансування діяльності банку; сприяння соціальній відповідальності компаній; сприяння збалансуванню різних напрямів веденню бізнесу. Звертається увага не лише на короткострокові наслідки прийняття рішень, а на довгострокові наслідки дій та прийнятих рішень. Важливим є визначення наслідків від реалізації програм та їх впливів на суспільство.

З метою поєднання пріоритетів фінансової стабільності та реалізації соціальних функцій банку, Royal Bank of Scotland підтримує ініціативу *Ring fencing*, яка полягає у розмежуванні умов операційного та інвестиційного банкінгу, враховуючи можливості перспективи підтримки людського розвитку. «*Fence*» у перекладі з англійської мови означає «паркан», «огорожа». Тобто, реалізація ініціативи *Ring fencing* дозволяє виокремити окремі групи клієнтів, типи банківських продуктів та їх територіальний розподіл (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Концептуальні засади ініціативи Ring Fencing (за версією RBS)\***

| № | Питання | Сектор розподілу |          |           |
|---|---------|------------------|----------|-----------|
|   |         | Споживачі        | Продукти | Територія |
|   |         |                  |          |           |

| 1 | 2   | 3   | 4   | 5  |
|---|---|---|---|--|
| 1 | Що таке <i>Ring fencing</i> ?                     | Роздрібні клієнти із активами розміром менше, ніж 250 тис. фунтів стерлінгів; благодійні організації з річним оборотом меншим за 6,5 млн. фунтів стерлінгів | Депозити  | Розміщення депозитів у межах Європейського економічного простору                                 |
| 2 | Що має бути поза межами <i>Ring fence</i> ?       | Клієнти, які, за умови стабільного зростання комерційного ефекту від своєї діяльності не здійснюють соціально-орієнтованої діяльності                       | Торгівельні інвестиції, ринок боргового капіталу, деривативи, | Територія поза межами Європейського економічного простору  |
| 3 | Що має шанс опинитися в межах <i>Ring fence</i> ? | Великі компанії, включаючи мультинаціональні корпорації з активами більшими за 250 тис. фунтів стерлінгів   | Застави, кредитні картки, банківські кредити, інвойси         | Банківські операції незалежно від приналежності до території Європейського економічного простору |

\* Джерело: узагальнено автором за[3]

З метою запобігання сучасному рабству та торгівлі людьми в контексті сучасних тенденцій людського розвитку в 2015 р. у Великій Британії було прийнято відповідний законодавчий акт «Закон про сучасне рабство». У відповідь на наведені зміни RBS переглянув власну політику та стратегію обслуговування клієнтів. Зокрема, розроблену додатковий напрям моніторингу діючих банківських операцій в частині застосування підходу до дотримання прав людини та аналізу ланцюга банківських операцій на предмет запобігання будь-яким формам поневолення прав та свобод людини під час їх здійснення.

Відповідна стратегія включає низку дій, зокрема:

- виділення фінансових ресурсів для перевірки відповідності вимогам сучасного законодавства в частині запобігання рабству та будь-яким формам поневолення;

- фінансування досліджень щодо рівня ризиковості банківських операцій;

- фінансова підтримка програм навчання персоналу та підвищення рівня інформаційної обізнаності щодо соціального аспекту банківських послуг у суспільстві.

Таким чином, банк стає повноправним учасником процесу соціального інвестування на національному та міжнародному рівні. Це дозволяє сформулювати нову прикладну концепцію соціально-економічного розвитку за рахунок поєднання зусиль держави та приватного сектору.

#### **Список використаних джерел:**

1. Левін В. І. Еволюція концепції оподаткування малого та середнього бізнесу в контексті євро інтеграційного вектору розвитку України. / В. І. Левін // Наукові праці НДФІ. – 2016. - № 1 (74). – с. 16 – 36.

2. Диба О. М. Інноваційний вектор розвитку МСБ: приватна ініціатива та державна підтримка. / О. М. Диба, Ю. О. Гернего // Розвиток малого та середнього бізнесу в умовах глобалізації світової економіки: матеріали виступів Всеукраїнського молодіжного економічного форуму з міжнародною участю (в онлайн форматі) (27 квітня 2017 року). – Житомир : ЖДТУ, 2017. – с. 17 – 21.

3. RBS. OfficialWebsite. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.rbs.com/>



*Горна М.О.,  
к.е.н., доцент кафедри статистики  
ДВНЗ—Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана*

## **Моделі соціального підприємництва в контексті цілей сталого розвитку**

В Україні необхідним є розв'язання проблем, що гальмують економічне зростання, та створення системи –драйверів| прискорення економічного розвитку й забезпечення змін у його якості [1]. Саме розбудова соціального підприємництва може слугувати імпульсом для подальшого сталого розвитку країни. Так ПРООН об'єднує зусилля для запуску другого випуску програми –Accelerate2030| для міжнародного транскордонного масштабування для підприємств, орієнтованих на вплив, які зосереджені на вирішенні завдань сталого розвитку [2, 3].

Глобальні цілі сталого розвитку стають орієнтирами для багатьох організацій, через прозорі пріоритети набагато простіше пояснити різницю між звичайним та соціальним бізнесом — соціальним є той, що бере цілі ООН до уваги і використовує у поточній діяльності. У жовтні 2017 року у Швейцарії проходив другий Social Good Summit. На цю подію вже другий рік приїжджають відібрані соціальні підприємці з багатьох країн, що розвиваються, чи з країн з перехідною економікою. У 2017 році — це 17 держав, серед котрих є й Україна [3].

Соціальне підприємництво динамічно розвивається в європейських країнах, вирішуючи проблеми безробіття, соціального захисту, громадського залучення тощо [2]. Головна місія соціального підприємництва – приносити користь суспільству. Позитивні ефекти від діяльності соціальних підприємств:

- ✓ допомога у подоланні соціальної ізольованості – зокрема, працевлаштування людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями, безробітних, представників груп ризику;
- ✓ знаходження нових шляхів для реформування державних соціальних послуг;
- ✓ залучення громадян до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем;
- ✓ поява нових видів соціальних послуг, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу у зв'язку з малоприбутковістю, непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки;
- ✓ більш ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем;
- ✓ зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем (актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів)[2].

У демократичних країнах держава відіграє вагомую роль у створенні та розвитку соціальних підприємств, активізація розвитку соціальних підприємств в Україні вимагає розробки відповідної державної стратегії: розробку спеціальної законодавчої бази, відповідної програми розвитку з визначеними пріоритетами їх державної фінансової підтримки, створення інструментів залучення бізнесу та громадських організацій для розвитку соціального підприємництва тощо.

Соціальне підприємництво формує нову культуру, нові стандарти соціальної захисту, освіти та медицини. Соціальне підприємництво - це новаторська діяльність, що спочатку спрямована на вирішення або пом'якшення соціальних проблем суспільства за умов самостійності та стійкості.

Отже, соціальне підприємництво формується під дією множини факторів та впливом закономірностей розвитку масових соціально-економічних явищ і процесів. Частина з цих факторів може бути описана за допомогою статистичних індикаторів, які також характеризують різні аспекти соціально-економічного розвитку країни. Комплексне оцінювання стану та тенденцій

соціального підприємництва в Україні з використанням статистичного інструментарію буде сприяти реалізації наявного потенціалу соціального підприємництва і стане передумовою поступового посилення позицій України та адаптації національної економіки до глобальних трансформацій [4, 5].

#### **Список використаних джерел:**

1. Соціальне забезпечення в контексті вступу в ЄС: монографія / За загальною редакцією Дерій Ж.В. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2017. – 192 с.
2. Соціальне підприємництво в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/baza-znan/biblioteka-sotsialnoho-pidpriemtsia/81-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo>
3. #Accelerate2030 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.europe.undp.org/content/geneva/en/home/ourwork/social-good-summit/Accelerate2030.html>
4. Horna M. European neighbourhood policy: pensions in national accounts of EU and Ukraine / Maryna Horna // —Statistics of the XXI Century: New Challenges, New Opportunities. The fourth International scientific conference. Kyiv. – 2017.
5. Human Development Report 2016: Human Development for Everyone (2016) .Published for the UNDP United Nations Development Programme. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016\\_human\\_development\\_report.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016_human_development_report.pdf)

**Гребешкова О.М.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри стратегії підприємств*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

## **Соціальні проекти в освіті: українська практика та стратегічні перспективи**

Протягом багатьох років освітня сфера залишається однією з найвпливовіших сфер людського буття. Саме тому будь-які зміни в цій сфері привертають увагу широких кіл суспільства. Особливо гострі дискусії навколо змісту та якості освіти розгортаються під час радикальних перетворень, які відбуваються в українській освіті останнім часом.

Чимало проблемних питань модернізації освітньої сфери можуть бути вирішені завдяки освітнім проектам, у т.ч. підприємницького типу, до яких можна віднести:

- створення освітніх онлайн-платформ;
- розробканавчальних онлайн-курсів та освітніх програм для самоосвіти;
- реалізація освітніх проектів за концепцією «освіта протягом життя» (у тому числі навчання людей літнього віку, програми перекваліфікації, програми розвитку softskills тощо);
- реалізація соціальних програм, спрямованих на поширення культури підприємництва в суспільстві тощо.

Українські університети починають активно впроваджувати соціальне підприємництво у різних форматах: від підготовки фахівців з відповідними компетентностями до реалізації підприємницьких ініціатив в освітній сфері. Висвітливо лише окремі соціальні ініціативи підприємницького характеру, які були реалізовані в ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана».

*Соціальні проекти бізнесу для освіти.* З 2015 року в університеті розгортається співпраця з компанією Microsoft Україна, в межах якої запроваджено безкоштовний доступ до програмних продуктів Microsoft (пакет Офіс 365), що дозволяє не тільки організувати та підтримувати інформаційне середовище, а й застосовувати найсучасніші інформаційні продукти в навчальному процесу (зокрема, PowerBI). Наші випускники набувають додаткових цифрових компетентностей та, відповідно, прирощують свою конкурентоспроможність на ринку праці [1].

*Соціальні проекти для школярів та студентства.* Окремий напрям реалізації соціальної активності в сфері вищої освіти утворюють проекти на зразок міжнародного бізнес-турніру «Стратегія фірми», основу якого було закладено на початку 2010-х рр. тоді студентами університету Віталієм Паздрієм та Олександром Грищенком – співрозробниками бізнес-симуляції Vial+. У 2018 році турнір пройшов вже п'яте та вийшов на міжнародний рівень [2].

*Соціальна ініціатива викладачів ЗВО.* Запровадження у навчальний процес онлайн-курсів – ще один перспективний напрям модернізації вищої освіти. Маючи досвід використання готових онлайн-курсів при викладанні дисциплін (зокрема, викладених на платформах Prometheus [3], ВУМ [4] та ін.), викладачі університету починають опановувати цю сферу та створювати власні авторські онлайн-курси (наприклад, курс «Мікроекономіка: початковий рівень» на Udemy [5]). До того ж, як виявляється, онлайн-курси можуть бути міцним підґрунтям для підвищення кваліфікації викладачів та обміну досвідом (як приклад, онлайн-курс «Змішане навчання: рецепти – просто та смачно!» [6] та «Як створити онлайн-курс на платформі OneNote ClassNotebook» [7]). Подібні ініціативи можуть з часом перетворитися на запуск повноцінних вітчизняних освітніх платформ [8]. Просвітницьку місію можуть здійснювати різноманітні соціальні проекти у форматі інформаційних платформ. Одну з таких започатковано викладачами факультету економіки та управління ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» у 2015 році. Платформа «Інновації в бізнес-освіті»

[9]має за мету згуртувати всіх, хто зацікавлений у питаннях бізнес-освіти та інноваційних підходів в освіті, у потужну спільноту однодумців, які прагнуть до генерування та поширення нових знань, розробок, ідей та підходів щодо бізнес-освіти в Україні та закордоном.

*Соціальні ініціативи міжнародних інституцій.* Не залишаються осторонь й ініціативи міжнародних організацій. Зокрема, активно розвивається співпраця з BritishCouncil за програмою «Активні громадяни». Як результат – поширення культури громадянського суспільства, пророщення підприємницького духу та поширення сучасних форм і методів лідерства й командоутворення[10]. У 2016 році в ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» започатковано Ресурсний центр зі сталого розвитку, який має за мету активізації науково-дослідної діяльності Університету у сфері сталого регіонального розвитку та поширення цього підходу серед студентської молоді за підтримки спільного Проекту ЄС та ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду»[11].

Отже, стратегічні напрями реалізації соціальних проектів в освіті надзвичайно різноманітні. Залишається лише сподіватися, що з часом ми спостерігатимемо активне прирощення результатів соціального підприємництва в освітній сфері задля розбудови сучасного демократичного суспільства в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гребешкова Е., Гребешков А., Кизенко Е. Применение ВІ-технологий при разработкестратегииразвитиябизнеса // 5th InternationalConference APPLICATION OF NEW TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT AND ECONOMY (21-23. April 2016. Belgrade, Serbia). – Belgrade: University „Union – NikolaTeslal, FacultyofStrategicandOperationalManagement, FacultyofBusinessStudiesandLaw, 2016. – С. 409-418.
2. V Всеукраїнський (I міжнародний) бізнес-турнір «Стратегія фірми – 2018». – Режим доступу: <http://kint.com.ua/ua/>
3. Prometheus– Режим доступу: <https://prometheus.org.ua/courses/>
4. ВУМ on-line– Режим доступу: <https://vumonline.ua/>

5. Мікроекономіка: початковий рівень. – Режим доступу: [https://www.udemy.com/microeconomics\\_ua/](https://www.udemy.com/microeconomics_ua/)
6. Змішане навчання: рецепти – просто та смачно! – Режим доступу: <https://blendedlearning.teachable.com/p/blendedlearningrecepies>
7. Як створити онлайн-курс на платформі OneNote ClassNotebook. – Режим доступу: <https://www.udemy.com/onenote-classroom/>
8. Онлайн-платформаBleandedLearningClub<https://blendedlearning.teachable.com/>
9. Інновації в бізнес-освіті: інформаційна платформа. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/ibecon/>
10. Активні громадяни. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org.ua/active-citizens>
11. Ресурсний центр зі сталого розвитку при Державному вищому навчальному закладі «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». – Режим доступу: [http://kneu.edu.ua/ua/science\\_kneu/sn/rcsr/](http://kneu.edu.ua/ua/science_kneu/sn/rcsr/)

***Грицаєнко Г.І.***

*кандидат економічних наук, доцент*

***Грицаєнко М.І.***

*кандидат економічних наук, старший викладач*

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

### **Місце соціальних інвестицій у розвитку соціального капіталу**

Ефективне функціонування економіки потребує пошуку нових можливостей і ресурсів, одним з яких сьогодні стає соціальний капітал. Він створюється у соціальній сфері, розвиток якої потребує нового підходу до соціального інвестування – головного інструменту соціальної відповідальності на всіх рівнях.

Дослідженням питань соціального капіталу в різні роки займалися Г. Беккер, П. Бурдьє, Н. Корж, Дж. Коулмен, Д. Норт, Р. Патнем, Н. Пачева, М. Туган-Барановський, Ф. Фукуяма; Л. Дж. Ханифан; О. Шпикуляк та багато інших. Проблеми соціальних інвестицій вивчали О. Веретенникова, К. Волощук, З. Галушка, В. Кужель, Л. Мельничук, В. Надрага, О. Черних, Б. Язлюк та інші. Але залишаються недопрацьованими питання впливу соціальних інвестицій на формування соціального капіталу, чим обумовлюються актуальність обраної теми досліджень і мета статті.

Ключовим ресурсом ефективного функціонування економічної системи в сучасних умовах є соціальний капітал, сутність якого проявляється у сукупності здатних приносити дохід зв'язків та соціально-економічних відносин, які виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри.

Соціальний капітал характеризується багатьма складовими, одним з яких є рівень довіри, який сформувався у суспільстві. Нами проаналізовані дані національних щорічних моніторингових опитувань 1992-2016 рр. [6] про динаміку відповідей респондентів на твердження: «Нікому не довіряти – найбезпечніше». Так, у 2016 р. з цим твердженням погодились 35,1% респондентів, не погодились 12,5%, більше половини опитуваних відповіли «не знаю», та 0,3% не надали відповіді. Порівняно з 1992 р. відсоток респондентів, які висловилися за тотальну недовіру в суспільстві, зменшився на 11,6 в.п., але й тих, хто був не згоден із запропонованим твердженням, також поменшало майже на третину (на 28 в.п.). В той же час відсоток тих, хто сумнівається в однозначній відповіді, зріс майже на 40 в.п., причому стрибкоподібне зростання спостерігалось у 2014 р. Вважаємо, що в суспільстві намітилися неминучі зміни щодо рівня взаємної довіри, хоча відбуваються вони дуже повільно.

Дані опитування свідчать про кризу тотальної особистісної та інституціональної недовіри в українському суспільстві. Вважаємо, що одним зі шляхів подолання існуючої проблеми, покращення ситуації є систематична робота з розвитку соціального капіталу, одним з головних чинників



формування якого становляться соціальні інвестиції – інвестиції, які спрямовуються на розвиток об'єктів соціального середовища.

Поняття «соціальні інвестиції» та «соціальний капітал» мають щільний взаємозв'язок. Соціальні інвестиції сприяють створенню та збільшенню соціального капіталу, і, навпаки, соціальний капітал активізує процеси соціального інвестування. Вважаємо, що в розвитку соціальних інвестицій і соціального капіталу на нанорівні (соціальний інвестор – індивід) велика роль належить освіті та вихованню, в тому числі вищій освіті [3]. Стимулом для корпоративних благодійників на мікрорівні (соціальний інвестор – підприємство) могли би стати податкові пільги – внесення витрат бізнесу на соціальні програми до переліку витрат, що знижують базу оподаткування з податку на прибуток. Формуванню соціального капіталу на мезорівні (соціальний інвестор – орган регіональної влади) сприятиме створення об'єднаних територіальних громад [1, 2]. На макрорівні (соціальний інвестор – держава) необхідні розробка та реалізація державної політики, спрямованої на більш високу продуктивність та зайнятість, кращі показники здоров'я, соціальну інтеграцію, вищу якість життя населення. На мегарівні (соціальні інвестори – міждержавні фонди і організації) необхідне вироблення обґрунтованої стратегії ефективної взаємодії міжнародних донорів та урядових структур.

Ефективна взаємодія міжнародних організацій, урядових структур, представників бізнесу і громадянського суспільства в цілому потребує розробки стратегії соціального інвестування, що є перспективою подальших наукових досліджень, які матимуть вагоме значення для реалізації структурних реформ та забезпечення сталого розвитку України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Грицаєнко М. Місце соціального капіталу в формуванні та об'єднанні територіальних громад / М. Грицаєнко // Бізнес Інформ. – 2017. – №8. – С. 116-123;
2. Грицаєнко М. Соціальний капітал територіальних громад та їх об'єднань

[Електронний ресурс] / М. Грицаєнко // Електронне наукове видання з економічних наук «Modern Economics». – 2017. – №4. – С. 63-74. – Режим доступу : <https://modecon.mnau.edu.ua/social-capital-of-territorial-communities-and-their-associations/>;

3. Грицаєнко М. Роль ВНЗ у формуванні соціального капіталу регіону / М. Грицаєнко // Економіка та суспільство. – 2017. – Вип. 8. – С. 129-136;
4. Мельничук Л. Сутність та значення соціальних інвестицій. / Л. Мельничук // Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове фахове видання. – 2016. – Вип. 11. – С. 434–437;
5. Українське суспільство 1992–2016. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг. / За ред. д.ек.н. В.Ворони, д.соц.н. М.Шульги – К.: ІС НАН України, 2016. – 546 с.;
6. Morel N. A European social investment strategy? / Nathalie Morel, Bruno Palier, Joakim Palme // Perspectives on Europe. – 2011. – vol. 41 (2). – pp. 40-46.

*Дем'янчук О.О.*

*К.е.н., доцент кафедри політичної економії*

*ДВНЗ—Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*

### **Заощадження для інновацій в соціальному підприємстві**

Інновації у підприємстві мають базуватися на заощадженнях.

Чинниками заощадження підприємств є: величина валової доданої вартості та валового прибутку, які створюються на стадіях виробництва (із-за незадовільного господарювання підприємства можуть втрачати необхідні ресурси для заощадження ще на стадіях виробництва); розмір доходу від власності (це перспективний ресурс заощадження, пов'язаний з поліпшенням процесу управління підприємствами); стан господарювання та управління на підприємствах, у тому числі рівень –тінізації діяльності підприємств; розміри

оплати праці та величина соціальних відрахувань; рівень податкового навантаження; розміри капітальних трансфертів, запозичень, субсидій, допомог; макроекономічна ситуація в країні та ступінь державної підтримки.

Важливим чинником заощадження є величина амортизаційних відрахувань, але і досі цей чинник заощадження та інвестування в основні фонди використовується в Україні незадовільно.

Хоча частка валових заощаджень підприємств значно зменшилася, але валове нагромадження основного капіталу характеризує задовільний інвестиційний потенціал. Джерелами інвестиційних ресурсів є капітальні трансферти одержані і чисті запозичення (вони почали зростати з 2005 р., і саме з цього часу почали зменшуватися валові заощадження на підприємствах). Але приріст основних фондів, який забезпечується боргами, не здатен створювати умови для економічного зростання.

Амортизація не тільки стримує падіння економіки в періоди економічних криз, але і стимулює збільшення ефективності та темпи зростання економіки. В умовах скорочення чистих інвестицій та переважання амортизації у загальній інвестиційній діяльності розвинутих країн розширене відтворення відбувається не стільки за рахунок фонду нагромадження (як це було раніше), скільки за рахунок фонду відшкодування. У зв'язку з цим у розвинутих країнах з'явилася можливість збільшувати норму споживання в національному доході в умовах зростання економіки. Так, у США питома вага амортизаційних відрахувань у загальному обсязі інвестицій складає в середньому 77%.

Усвідомлюючи важливу роль амортизаційних відрахувань і формування із цих відрахувань амортизаційного фонду на підприємствах як вагомого чинника заощадження та наступного інвестування, ми вимушені констатувати, що, на жаль, амортизаційна політика в Україні на протязі багатьох років –...залишається найслабкішою ланкою економічної політики, оскільки сформована амортизаційна система не виконує своїх головних функцій – не створює зацікавленості підприємств в оновленні основних фондів, упровадженні наукових розроблень та новітніх технологій у

виробництво[1,с.169-170]. Про серйозні недоліки амортизаційної політики України протягом всіх етапів ринкової трансформації говорять відомі вітчизняні економісти О.Ю.Болховітінова, О.З.Ватаманюк, Б.Є.Кваснюк, М.І.Крупка, А.В.Мар'єнко, П.Орлов, С.Орлов, О.С.Шнипко та інші.

Актуальною залишається проблема посилення інвестиційно-інноваційної ролі амортизації і реформування амортизаційної системи у напрямі створення вагомих податкових стимулів.[2,с.72]

Обсяги податкової амортизації повинні перевищувати обсяги економічної амортизації. -У такий спосіб підприємці отримують змогу відтермінувати сплату частини податків. В умовах постійного обігу коштів такі відстрочені податки залишаються несплаченими упродовж тривалих періодів часу і, як свідчить практика країн з розвиненою економікою, перетворюються на додатковий капітал[3,с.293]. В Україні ще ця проблема граничних рівнів податкової і економічної амортизації не вирішена.

Підсумовуючи розгляд проблем, які заважають перетворенню амортизації у вагомий чинник заощадження на підприємствах, доцільно навести таке висловлювання: -Сучасні інтереси економічного зростання України полягають не у примусовому стриманні чи збільшенні амортизаційних відрахувань, а в максимальній лібералізації амортизаційної системи, поширенні прав власників основного капіталу щодо обрання найбільш прийняттого режиму амортизаційних списань у межах встановленого регламенту, забезпеченні на цій основі передумов для збільшення інвестиційних ресурсів. Така система підтримує рівноправні відносини держави з власниками основного капіталу: [власники] обирають найбільш прийнятний для них режим відрахувань у межах встановленого діапазону; [держави] – регламентує цей діапазон, узгоджуючи інтереси бюджетної та інвестиційної політики[4, с.203-204].

#### **Список використаних джерел:**

1.Активізація інвестиційного процесу в Україні.-Коллективна монографія за ред. М.І.Дибі, Т.В.Майорової.- К.: КНЕУ.- 2012.

2.Шнипко О.С. Модернізація основного капіталу – основи забезпечення конкурентоспроможності // Економіка і прогнозування.- 2016.- №1.

3.Ватаманюк О.З. Заощадження в економіці України: макроекономічний аналіз.- Л.: ЛНУ ім. І.Франка.- 2007.

4.Болховітінова О.Ю. Концептуальна база реформування амортизаційної політики // Національні заощадження та економічне зростання.За ред. д.ек.н. Кваснюка Б.Є.- К.: МП –Леся.- 2000 р.

5.Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства// Україна: аспекти праці.- 2014, №4.

*Кордзая Н.Р.,*

*кандидат технічних наук, доцент,*

*Одеська національна академія харчових технологій*

*Гнатовська Д.О.,*

*магістр,*

*Одеська національна академія харчових технологій*

### **Використання маркетингової стратегії як основи розвитку сучасної вищої освіти**

Вища освіта є важливою частиною суспільного життя, яка служить основним інструментом розвитку потенціалу країни, стабільної роботи соціального механізму, реалізації знань, навичок та здібностей молодих людей. Поняття «вища освіта» не може існувати без діяльності вищих навчальних закладів, які беруть участь у формуванні професіоналізму людини на благо суспільства та нації.

Сьогодні в Україні існує 663 вищих навчальних закладів I-IV рівня акредитації. Серед них – 533 державної власності та 130 приватної власності. Абітурієнти можуть вибрати серед 27 напрямків і більше 160 спеціальностей.

Однак такі фактори, як обов'язкове зовнішнє незалежне оцінювання, нові правила вступу до університету та зміни у підготовці випускників вищої освіти призвели до зменшення кількості абітурієнтів.

За останні роки спостерігається постійне зменшення кількості школярів. І якщо у 2000 році їх кількість досягала 12 млн., то у 2017 ледве досягла відмітки 8 млн., тобто, кількість зменшилась на 33 %. Основними причинами такої ситуації є: демографічна криза в країні, скорочення кількості кваліфікованих викладачів та низьке фінансування сільських шкіл.

Всі ці чинники призвели, відповідно, і до зменшення кількості абітурієнтів. За останні 10 років їх кількість зменшилась з 130 тис. до 70 тис. чоловік, тобто, на критичних 46 %. Крім вище названих причин, на цей показник також впливає небажання навчатись в Україні, а також скрутне економічне положення, через що багато школярів замість вищої освіти починають шукати роботу [1, 2].

Через таку кризу на освітньому ринку необхідно підвищувати конкурентоспроможність вищих навчальних закладів. Крім того, існує все більше нових комерційних університетів, які пропонують широкий спектр освітніх послуг та актуальних спеціальностей.

Одним з найефективніших інструментів є підвищення інформаційного рівня абітурієнтів ще на етапі вибору майбутньої професії. Правильна маркетингова політика збільшить кількість учнів, які віддадуть перевагу саме цьому вищому навчальному закладу.

Рекламна діяльність вищих навчальних закладів повинна відповідати сучасним вимогам населення. Просування послуг здійснюється різними способами. Найбільш доцільними є наступні методи:

1. ЗМІ. До цього пункту відноситься співпраця з телебаченням, радіо, пресою. Ці класичні інструменти дозволяють постійно нагадувати про себе на ринку та залучати різні категорії населення через інформаційні рекламні блоки, концепція яких визначається на етапі маркетингового планування.

2. Зовнішня реклама, до якої відносяться:

- реклама в громадському транспорті у формі розтягування плаката всередині салону або бокового банеру, трансляція коротких відеороликів до 10 секунд;

- транслявання аудіореклами у мережах супермаркетів по всій країні, торгових центрах.

- інші види рекламної діяльності включають розміщення банерів, рекламу на інтерактивних екранах, соціальних мережах тощо.

3. Проведення різних подій з метою профорієнтації школярів, студентів коледжів, батьків та вчителів. Розробляється та проводиться вищими навчальними закладами для реклами свого конкретного продукту або навчального закладу в цілому. До цієї категорії відносяться дні відкритих дверей, семінари, виставки, конференції, спортивні заходи тощо. Окремо слід відмітити різноманітні майстер-класи, де кожен учень може відчути себе студентом та вирішити, яку професію обрати, а також освітні заходи для школярів та вчителів (конференції, круглі столи, олімпіади, підготовка до зовнішнього незалежного оцінювання, тощо).

До заходів обов'язково запрошуються вчителі та батьки майбутніх учасників, які можуть додатково впливати на рішення учня. Окрім розважальної та освітньої програми, можна продемонструвати інформативне відео, розповсюджувати рекламну продукцію (блокноти, чашки, флаєра, наклейки, тощо).

Стратегія диверсифікації рекламної діяльності спрямована на об'єднання традиційних підходів для людей старшого покоління (ЗМІ, зовнішня реклама) та інновацій (інтернет-реклама, мобільні додатки тощо) для залучення молоді.

Комплексний підхід до рекламної кампанії вищих навчальних закладів збільшить кількість абітурієнтів. Для створення ефективної рекламної бази для позиціонування ВНЗ необхідно провести детальний і глибокий аналіз ринку. Тільки регулярний та повний маркетинговий аналіз дозволить створити рекламний продукт, який стане основним джерелом інформації для вступників [3].

### Список використаних джерел:

1. Закон України «Про вищу освіту» / Відомості Верховної Ради. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, №37-38, 2014. – 2004 с.
2. Вища освіта в Україні у 2017 році / під. ред. О. О. Кармазіна / Державна служба статистики України. – К.: Держаналітінформ, 2018. – 298 с.
3. Б.В. Єгоров, Н.Р. Кордзая, Д.О. Гнатовська. Стан маркетингової діяльності ОНАХТ, як показник інноваційного розвитку / Збірник 49-ї науково-практичної конференції викладачів ОНАХТ «Забезпечення якості вищої освіти». – Одеса: ОНАХТ, 2018. – С. 71-73.

**Котенок А.Г.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри політичної економії  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **Ринкова і соціальна справедливість: єдність та протиріччя**

Потенційна можливість виникнення в суспільстві соціальних потрясінь та значного зниження темпів економічного зростання головним чином обумовлена діалектичною взаємозалежністю між ринковою і соціальною справедливістю. Це в свою чергу визначається тим, що категорія «ринкова справедливість» базується на критерії ефективності, а категорія «соціальна справедливість» ґрунтується на етичних критеріях та принципах, які прийняті у суспільстві.

З такої точки зору під *соціальною справедливістю* зазвичай розуміють таку відповідність системи розподільчих відносин потребам, інтересам та правилам членів суспільства, які склалися історично, що кожний з індивідів надає перевагу своєму добробуту будь-якому іншому і не прагне змінити його за рахунок перерозподілу доходів. *Ринкова справедливість (ефективність)* — це спосіб дій, який забезпечує отримання максимального результату, внаслідок прикладання певних зусиль та понесення конкретних витрат. В загалі вона



суперечить соціальній справедливості в таких сферах, як перерозподіл ресурсів на користь малозабезпечених, підтримка повної зайнятості, розв'язання екологічних проблем.

*Неантоганістична суперечність економічної ефективності і соціальної справедливості — це сучасна перетворена форма загальноекономічної суперечності між виробництвом і споживанням.* Виробництво і споживання являють собою суперечливу єдність. Чим більше витрачається на виробництво, тим менше залишається для споживання, і навпаки. Відповідно, економічна ефективність досягається в умовах ринкової системи з мінімальним втручанням держави. Соціальна справедливість розглядається як механізм перерозподілу доходів з метою запобігання їх надмірної диференціації. Такий перерозподіл знижує стимули, які створюються ринком й пов'язані, з одного боку, з можливістю швидкого збагачення, а з іншого — з загрозою розорення та безробіття. Таким чином, можна зробити наступний висновок. *Діалектичний взаємозв'язок між виробництвом і споживанням та протиріччя між попитом і пропозицією формують внутрішній зміст суперечностей між ринковою і соціальною справедливістю.*

Діалектика взаємодії ринкової і соціальної справедливості багатоаспектна. Вона є однією з центральних соціально-економічних проблем будь-якого суспільства, особливо перехідного. Зауважимо, що в умовах постіндустріальної економіки *антагоністична суперечність економічної ефективності та соціальної справедливості переходить на новий діалектичний рівень:* соціальна справедливість виступає умовою економічної ефективності господарської системи, у свою чергу економічна ефективність визначається тенденціями індивідуалізації. Держава в такому контексті, виступаючи повноцінним учасником економічних відносин, вирішуючи питання забезпечення соціальної справедливості сприяє розв'язанню даного протиріччя, забезпечуючи тим самим зростання суспільного добробуту.

Отже, виявляється цілком обґрунтованою необхідність оптимізації розподільчих відносин з метою переорієнтування економіки на людину.

Оскільки становлення та розвиток сучасної ринкової економіки ґрунтується на людському капіталі. Теперішній стан соціальної структури населення, ступень диференціації доходів населення характеризуються як такі, що не забезпечують умови для розбудови в Україні соціально-орієнтованої економіки. На підтвердження цьому вказує проявлення загальносвітових тенденцій глобалізації та урбанізації, поглиблення структурної кризи аграрного сектору української економіки призводить до того, що при відносному скороченню кількості малозабезпеченого населення у містах, їх кількість у сільській місцевості зростає; значна диференціація регіонів країни за рівнем життя обумовлена геополітичними особливостями, але найзагрозливішим фактором є збереження високого ступеня малозабезпечених з вищою освітою серед всіх зайнятих в економіці.

В сучасному суспільстві суперечність економічної ефективності і соціальної справедливості переходить на інший діалектичний рівень, який обумовлений специфікою людського капіталу як базису розвитку сучасної економіки. Людський капітал ґрунтується, перш за все, на індивідуальних здібностях і талантах, тобто має яскраво виражений індивідуальний характер. Відповідно у сучасній економіці формується нова система соціальної нерівності, в якій рівень доходів індивідуума визначається неоднаковим доступом до інформації, відмінностями у природних здібностях індивідуума застосувати отримані знання, які залежать від ступеня його обдарованості та здатності до інноваційної творчості. Однак, застосування знання базується на масовій освіті, рівному доступі до конкретної інформації, тобто основні елементи соціальної справедливості виступають необхідною умовою використання людського капіталу.

Таким чином, з одного боку, соціальна справедливість виступає умовою інтенсивного інноваційного розвитку у сучасному суспільстві, а з іншого — індивідуалістичний характер людського капіталу посилює економічний базис соціальної нерівності у суспільстві через прагнення максимізації економічної ефективності.

### **Список використаних джерел:**

1. Bonner J. Economic Efficiency And Social Justice / John Bonner. – Camberley: Edward Elgar Publishing, 1995. – 543 с.
2. Kitson M. Social justice and economic efficiency / M. Kitson, R. Martin, F. Wilkinson. // Cambridge Journal of Economics. – 200. – №24. – С. 631–641.

***Кудлай В.Г.***

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки і менеджменту агробізнесу,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **Успішні практики розвитку соціального підприємництва: ізраїльський досвід**

Сучасним трендом розвитку світової економіки є активізація соціального підприємництва. Тому досить важливим і актуальним є адаптація світових успішних практик ведення соціального підприємництва до вітчизняних економічних реалій. Соціальне підприємництво є потужним інструментом вирішення гострих соціально-економічних проблем суспільства, сприяє продуктивній зайнятості та підвищенню рівня й якості життя громадян.

Дослідження особливостей функціонування соціального підприємництва, державної підтримки соціального підприємництва варто провести на ізраїльському прикладі, оскільки Ізраїль очолює почесне п'яте місце у рейтингу розвитку соціального підприємництва та підтримки стартапів. Така далекоглядна стратегія держави Ізраїль сприяє активізації середнього і малого бізнесу, що в свою чергу впливає на вирішення соціально-економічних проблем сучасного суспільства.

В Ізраїлі під егідою Міністерства економіки і промисловості при Ізраїльському Агентстві підтримки малого і середнього підприємництва

(МАОФ) створені Центри підтримки підприємців. В цих Центрах підприємцям надається безоплатна кваліфікована методична та інформаційна допомога. Кваліфіковані консультанти навчають основам бізнесу, пропонують для впровадження успішні бізнес-моделі, допомагають в отриманні кредитів для ведення бізнесу. Такі кредити надаються під сімдесят відсотків державної гарантії на 5-10 років (без відсотків або під 2 відсотки річних).

Для підприємців - початківців запроваджені бізнес-інкубатори, участь в яких відбувається на безкоштовній основі. Під час проходження навчання учасники розробляють власний бізнес-продукт від ідеї та складання бізнес-плану до здійснення перших продажів. При цьому кожен учасник бізнес-інкубатора отримує менторську підтримку від підприємців, які вже мають значний практичний досвід у галузі, в якій збирається розпочинати власну справу підприємець-початківець.

На постійній основі функціонують конкурси бізнес-проектів, переможці яких отримують гранти для започаткування власної справи, менторську підтримку, а також можливість індивідуальних консультацій успішних підприємців. При Центрах працевлаштування існують програми для представників різних релігійних та етнічних груп, окремо є напрямок розвитку бізнес-ініціатив для арабських жінок.

Унікальний ізраїльський досвід у навчанні школярів основам соціального підприємництва. Таке навчання проходить у формі факультативів, починаючи з четвертого класу школи. Школярі отримують навички ведення бізнесу на базі впровадження власної бізнес-ідеї в реальне бізнес-середовище. Школярі проходять всі етапи створення нового продукту і можуть отримати безцінний власний практичний досвід ведення підприємницької діяльності у ролі маркетолога, фінансиста, економіста. Така діяльність збагачує комунікативним досвідом, навчає працювати в команді, допомагає в подальшому самостійному житті бути більш впевненому та самостійному.

Досить показовим є досвід Ізраїлю в адаптації людей з обмеженими можливостями. Nameshaket – це підприємство з п'ятдесяти відсотковою

участю держави, на якому працює майже 95 відсотків працівників з інвалідністю. Nameshaket отримує державні дотації, обсяг яких напряму залежить від кількості працівників. За ізраїльськими законами підприємство, на якому працюють люди з інвалідністю має можливість отримувати гарантовані державні замовлення, а також звільняється від сплати міського податку. Nameshaket не лише сприяє працевлаштуванню, а й виконує місію соціалізації та реабілітації людей з інвалідністю.

Успішні ізраїльські кейси свідчать, що досить привабливими для суспільства, бізнесу, держави є соціальні підприємства в сфері екології, підтримки соціально вразливих категорій населення шляхом їх навчання, реабілітації, працевлаштування, організації корисного та активного відпочинку[2].

#### **Список використаних джерел:**

1. Зубарева М. Як треба ставитися до малого бізнесу. Уроки Ізраїлю. - [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/06/30/626589/>
2. Кудлай В.Г. Досвід Ізраїлю в розбудові соціального підприємництва // зб. матеріалів III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку» (29-30 березня 2018року) Київ, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана».
3. Мельник О. В. Соціальне підприємництво: засади та можливості розвитку / О. В. Мельник // Економіка підприємства: теорія і практика [Електронний ресурс] : зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф., 13 жовт. 2016 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: Г. О. Швиданенко (відп. за вип.) [та ін.]. – Електрон. текстові дані. – Київ : КНЕУ, 2016. – С. 46–47.
4. Руда М.В., Лагода О.Б. Соціально відповідальні стартапи: сутність, світові тенденції та проблеми розвитку в Україні // Економіка і суспільство. – 2017.- №9. –С.619-626.

5. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. - К.- ТОВ «Підприємство ВІ ЕН ЕЙ» .-2017.-218 с.

**Мельник О.М.,**

*д.е.н., професор кафедри політичної економії*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

### **Рівень реального монетарного забезпечення економіки як умова ефективного соціального підприємництва в Україні**

Будь-яке підприємництво може розвиватись лише в умовах, коли для цього існують відповідні умови. Соціальне підприємництво при цьому не є виключенням. Однією з найважливіших зовнішніх умов для його розвитку є не тільки інституційне, нормативно-правове, а й грошове забезпечення.

Теоретичне осмислення проблем рівня забезпечення підприємницької діяльності грошовою масою, хоча і не було стрижнем економічної теорії, але йому приділялась чільна увага. Окремі думки з цього приводу можна знайти ще у ранніх меркантилістів, які стверджували, що зростання кількості золота та срібла в країні стає не тільки проявом багатства країни, а й основою її економічного процвітання. Проте подальший економічний розвиток дав підстави для висновку про те, що просте зростання грошової маси (навіть втіленої у золоті та сріблі) може призводити не стільки до економічного зростання та збільшення реального добробуту, скільки до банального зростання рівня цін, а рівень реального добробуту при цьому може навіть зменшуватись.

Вихідною точкою для визначення рівня монетарного забезпечення підприємницької діяльності та економіки загалом є пропозицією грошей на грошовому ринку. При цьому для виконання грошми різних своїх функцій

можуть використовуватись різні грошові агрегати (M0, M1, M2, M3). При цьому структура грошей буде визначатись співвідношенням між собою різних грошових агрегатів. Проте основою для появи в обігу цих різних грошових агрегатів є грошова база. Грошова база – сукупність зобов'язань центрального чи емісійного (в наших умовах Національного банку) в національній валюті, що забезпечують основу для формування грошових агрегатів, але сама вона грошовим агрегатом не є. Вона є характеристикою основи, на якій у подальшому з'являються різні грошові агрегати.

При цьому показники рівня монетарного забезпечення економіки можуть бути розділені на номінальні та реальні. Номінальні показники пов'язані з існуючою на даний момент кількістю грошових одиниць та їхнім номіналом. Проте номінальні показники грошової маси не дають уявлення про те, чи достатньо цих грошових агрегатів для нормального функціонування економіки. Відповідь на це питання пов'язана з переходом від номінальних до реальних показників.

Реальні показники рівня монетарного забезпечення економіки пов'язані з фактичною потребою економіки в цих грошах, яка визначається впливом двох головних чинників: 1) інфляцією та 2) зміною реальної величини економічних показників. Саме тому реальні показники рівня монетарного забезпечення економіки визначаються через співставлення номінальних показників грошової маси (різних грошових агрегатів) з номінальним ВВП. Співставлення грошових агрегатів з номінальним ВВП пов'язано з тим, що саме зміни номінального ВВП якраз і враховують вплив двох вищезазначених чинників (інфляції та зміни реальних величин економічних показників).

Статистичні дані свідчать про те, що рівень реальної монетизації економіки України протягом усього періоду її незалежності змінювався різноспрямовано та різним темпом. Але найважливішим є те, а яким чином і куди змінюється рівень реального монетарного забезпечення економіки в сучасних умовах.

Нині можна стверджувати, що протягом 2014-2017 рр. рівень реального монетарного забезпечення економіки стрімко зменшується.

Грошовий агрегат М0 до 2014 року збільшився і досяг своєї максимальної величини в 17,83 % від ВВП. Те саме стосується і грошового агрегату М1, максимальна величина якого становила 26,2 % від ВВП. По грошових агрегатах М2 та М3 ситуація виглядає таким чином: у 2013 р. реальний грошовий агрегат М2 досяг 61,85 % від ВВП, а реальний грошовий агрегат М3 62,04 % від ВВП. При цьому ці показники – це пікові значення відповідних реальних грошових агрегатів за весь період незалежності.

Після цього тенденції до зростання показника реальної грошової маси (по будь-якому з грошових агрегатів) в Україні зафіксовано не було. Протягом 2015, 2016 та 2017 років в Україні панували тенденції до зменшення рівня монетизації економіки (забезпечення реальною грошовою масою).

Так, співвідношення грошової бази до ВВП за цей період знизилось з максимальних 21 до 13,38 %. Тобто за цей період рівень реального забезпечення економіки України базою для появи грошей зменшився на 7,62 відсоткових пункти чи на 36,29 %. По грошовому агрегату М0 (готівка в обігу) його величина у співставленні з ВВП зменшилось із максимальних за весь час спостереження 17,83 % у 2014 р. до 11,15 % у 2017 р. (тобто зниження за 3 роки відбулось на 37,5 %). Те саме стосується і грошового агрегату М1. Його рівень у співставленні з ВВП зменшився з 27,4 % у 2014 р. до 20,17 % у 2017 р. (тобто він зменшився на 26,5 % від його значення в 2014 р.). Показники по грошових агрегатах М2 та М3 виглядають так само невтішно. Співвідношення грошового агрегату М2 та ВВП у 2013 р. становило 61,85 %, а у 2017 р. воно впало до 40,52 % (тобто на 34,49 % від значення 2013 р.). А рівень грошового агрегату М3 у співставленні із ВВП просів з 62,04 % до 40,53 % у 2017 р. (падіння на 34,67 % за 4 роки).

Загалом нині ситуація із реальним забезпеченням економіки України грішми виглядає досить тривожною. По всіх грошових агрегатах протягом останніх трьох років відбулось істотне зменшення показника рівня реального



насичення національної економіки грошовою масою. За цей період вона знизилась більш ніж на третину. А по фактичному рівню забезпечення економіки грошовою масою ми опинились на рівні 2002-2005 років.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сайт НБУ: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/>

*Михайлюк М.А.,*

*к.е.н., доц. кафедри політичної економії*

*ДВНЗ —Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*

### **Інноваційний тип відтворення і соціальне підприємництво в Україні**

Інноваційний тип відтворення, який є вкрай важливим для економічного успіху нашої країни, неможливий без системного підходу до розвитку сучасного підприємництва. Торкаючись проблем розвитку підприємництва на сьогоднішній день, варто звернути увагу на його соціальні риси, адже, динамізм розбудови соціально-ринкових відносин набуває все більшої ваги на порядку денному поступу економічних систем і говорити про підприємництво, не уявляючи його соціальний резонанс, або соціальний аспект у економічному відтворенні, мабуть, взагалі недоречно. Тобто, підприємництво все більше тяжіє до соціального прояву підприємництва як узагальнення макроекономічного відтворення, так і конкретно взятих форм його реалізації на мікрорівні. До того ж, під соціальним підприємництвом розуміється «підприємницька діяльність, яка направлена на вирішення соціальних проблем, з використанням інноваційних методів і технологій»[1, С.446], додатково наголошуючи не тільки на соціальній спрямованості такої діяльності, а й на її інноваційному характері. Соціальне підприємництва в наш час є особливо

актуальним тому, що суспільство має вирішувати ряд соціальних проблем підприємницькими методами, бо держава не виправдала багатьох сподівань, а більша частина громадських інститутів виявилася неефективною. Перед соціальним підприємництвом лежить місія формування нових моделей інноваційного типу відтворення 21 століття, де гармонізація параметрів економічних систем напряду буде залежати від якості та глибини соціалізованості, нового гуманізму підприємництва.

Джефрі Робінсон пише про існування двох сторін реалізації соціального підприємництва – через комерційні та некомерційні структури: «я визначаю соціальне підприємництво як процес, що включає в себе виявлення конкретної соціальної проблеми і конкретні методи її вирішення, оцінку ступеня соціального впливу, бізнес-моделі і стійкості проекту, а також створення комерційної структури (орієнтованої на виконання соціальної місії) або некомерційної структури (виконує бізнес-завдання), що забезпечує подвійний (або потрійний) результат», тобто результат економічний, соціальний та екологічний»[2, С.33]. Розглянувши з якими категоріями пересікається соціальне підприємство і як воно може бути реалізоване, можна зробити висновок, що не важливо в якому середовищі воно формується – комерційному чи некомерційному, публічною чи їх гібридом. Цей аспект також можна побачити якщо розглянути можливі складові соціального підприємництва. Як наголошує Якубін О.Л., соціальні підприємці виконують роль агентів соціальних змін за рахунок:

- прийняття місії, спрямованої на створення і підтримку соціальної цінності (а не тільки цінності для індивідуума);
- виявлення та невтомній реалізації нових можливостей, пов'язаних з цією місією;
- участі в процесі постійних інновацій, адаптації та навчання;
- сміливих дій, що не обмежених наявними на руках ресурсами;
- загостреного почуття відповідальності за долю соціальних груп, для яких він працює, і за результат своєї діяльності[3, С.155].

Соціальне підприємництво все більше стає невід'ємним елементом інноваційного типу відтворення і його можна розглядати як один із інструментів соціальної політики держави. По-перше, з боку держави мають надаватися гарантії у підтримці початковому соціальному підприємництву, як у фінансовому так і в законодавчому полі, по-друге, існує проблема відсутності чіткого механізму залучення громадськості і бізнесу до вирішення суспільних проблем, що провокує та нагромаджує протиріччя, по-третє, у соціального підприємництва завжди існує проблема, щодо комплексного вирішення 3-х його складових: економічного, екологічного та соціального характеру, адже ці характеристики свідчать про його інноваційну трансформуючу силу, що виправдовує його як вид соціальних інновацій гарантій добробуту соціуму.

Аналізуючи інноваційний тип відтворення і соціальне підприємництво в Україні слід відзначити, що ці процеси потребують більшої транспарентності та взаємоузгодженості, подальшої розбудови інноваційної інфраструктури з метою їх ресурсного забезпечення, поглиблення взаємовпливу для формування нової системи соціально-економічних відносин у процесі ринкової трансформації економіки України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гришина Я. С. Социальное предпринимательство как правовая модель обеспечения социальных потребностей / Я. С. Гришина // Університетські наукові записки. Хмельницький:Науковий часопис, 2012. – №1(41) – С. 445–456.
2. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше/ Джилл Кикал, Томас Лайонс ;пер. с англ. – М. : АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. – 304с.
3. Якубін О. Л. Соціальні зміни поза державою: інститути та глобальна еволюція / О. Л. Якубін // Теорія соціальних змін: сучасні соціологічні концептуалізації /навчальний посібник, за загальною редакцією П.В. Кутуєва / О. Л. Якубін. – Київ, 2014. – С. 153–175.

*Москалюк Н.П.*

*канд.екон.наук, доцент кафедри макроекономіки*

*та державного управління*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

## **Інноваційні форми соціального підприємництва у забезпеченні інклюзивного розвитку країни**

Забезпечення інклюзивного розвитку країн в сучасних умовах потребує посилення спрямованості соціальної складової макроекономічної політики не тільки в країнах, що розвиваються та формують ринки, а й для високорозвинутих країн з ринковою економікою. Суспільства опиняються перед вибором пошуку нових шляхів взаємодії між різними інституційними секторами економіки, такими як державний, приватний сектори та некомерційні організації. У зв'язку з цим, важливим є розгляд інноваційних форм соціального підприємництва, які б дозволяли всебічно розкрити потенціал економік країн і створити гідні умови розвитку для всіх членів суспільства.

Соціальне підприємство - це бізнес, спрямований переважно на соціальні цілі, з прибутками, які дозволяють забезпечити саморозвиток, громадські справи чи вирішення соціальних проблем. Підприємницький дух - це не просто укладання угод. Це також створення ідеалу: посилення місцевої громади та вирішення соціальних проблем.

Соціальне підприємництво динамічно зростає у європейських країнах, вирішуючи питання безробіття, соціального захисту та соціального залучення [ 1 ].

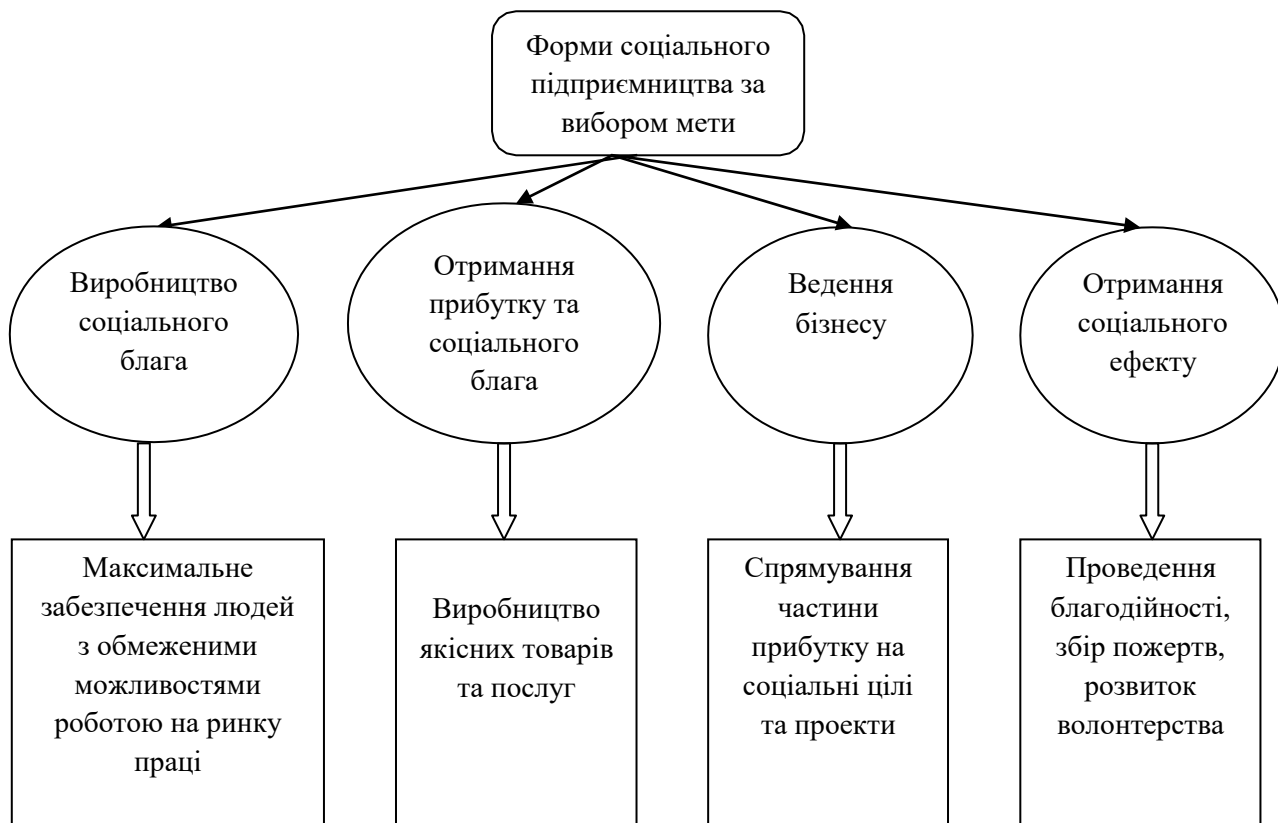
Досвід високорозвинутих з ринковою економікою країн таких як, Великобританія, Німеччина, Франція, Литва та ряд інших, свідчить про створення та успішний розвиток мережі соціальних підприємств. Так, у

Великобританії сьогодні працює близько 60 000 соціальних підприємств, до яких відносяться як організації, що навчають безробітних, так і соціальні служби, і навіть муніципальні готелі [ 1 ].

Показовим є зміщення акценту мети створення соціальних підприємств. Раніше це обмежувалось лише зборами пожертв та благодійністю, яку здійснювали бізнес-підприємства. Сьогодні метою створення соціального підприємництва все більше виступає виробництво соціального блага, забезпечення людей з обмеженими можливостями роботою на ринку та отримання не тільки соціального, але й економічного ефекту у вигляді прибутку підприємства.

Створені соціальні стартапи у формі бізнесу самостійно пропонують виробництво орієнтованих на ринок високоякісних товарів та послуг.

Таким чином, загалом можна виокремити наступні інноваційні форми соціального підприємництва (Рис.1).



**Рис. 1. Сучасні інноваційні форми соціального підприємництва.**

Розвиток соціального підприємництва також стимулює та забезпечує реалізацію соціальної відповідальності сучасних корпорацій та підприємств.

В Україні вже створено регіональні центри підтримки соціального підприємництва у Києві та Львові [2]. Сьогодні важливим є розробка Концепції стратегії розвитку соціального підприємництва у регіонах країни. Так, у Львівській області така концепція вже розроблена, виділено фінансові ресурси для підтримки соціальних підприємців. На часі створення ресурсного центру, який би займався реалізацією ведення соціального підприємництва у різних інноваційних формах.

Розвиток інноваційних форм соціального підприємництва в Україні повинен забезпечуватися залученням робочої сили. До потенціалу наявного людського ресурсу, який є в Україні слід віднести наступні категорії громадян:

- Люди з обмеженими можливостями;
- Біженці (внутрішньо переміщені особи);
- Національні меншини;
- Люди похилого віку;
- Молодь;
- Люди із залежностями;
- Люди, що вийшли з місць позбавлення волі;
- ВІЛ-позитивні люди;
- Багатодітні мами [3].

Розбудова ефективної системи менеджменту дедалі більше базується на первісних соціально-етичних цілях підприємств. Згідно з концепцією соціально-етичного маркетингу Філіпа Котлера успіх діяльності підприємства залежить від того, як його менеджери враховують соціальні потреби та некомерційні інтереси споживачів і суспільства загалом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Розвиток соціального підприємництва / Проект British Council [Електронний ресурс] // Сайт British Council. – 2017. - Режим доступу:

2. <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/society/social-enterprise-development>

3. Нагорняк І. Соціальне підприємництво в Україні: мрія чи необхідність? / І. Нагорняк [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://sdplatform.org.ua/sites/default/files/files/blogs\\_attachments/Nagornyak\\_Soc\\_pidpriemnictvo\\_digest2.pdf](https://sdplatform.org.ua/sites/default/files/files/blogs_attachments/Nagornyak_Soc_pidpriemnictvo_digest2.pdf)

4. Назарук В.5 великих можливостей для розвитку соціального підприємництва в Україні / В.Назарук [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://delo.ua/business/5-mozhливостей-dlja-rozvitku-socialnogo-pidpriemnictva-v-ukraji-341252/>

**Павловська О.В.**

*д.е.н., професор кафедри корпоративних фінансів і контролінгу*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

**Свідерська І.М.**

*к.е.н., доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

## **Соціальна відповідальність у регулюванні ринку капіталів**

Перманентні фінансові кризи кінця ХХ–го початку ХХІ століття загострили питання регулювання ринку капіталу у світі та в Україні. Хронологічна послідовність криз представлена в таблиці 1. Ключовим чинником світової фінансової кризи 2008-2009 років є неефективність та неспроможність дій національних органів державного регулювання проти викликів фінансового середовища. Проблеми значної залежності бізнесу від позикового капіталу, зниження рівня платоспроможності фінансово-кредитних установ, завищенні кредитні рейтинги та поширення похідних фінансових

інструментів актуалізували потребу в удосконаленні регулюванні ринку капіталу та посилення соціальної відповідальності інвесторів, регуляторів та фінансових посередників [1].

Таблиця 1

Хронологічна послідовність фінансових криз у світі

| Дата      | Подія                                | Країна   |
|-----------|--------------------------------------|--|
| 1982      | Банківська, валютна та боргова кризи | Мексика, Чилі та інші країни Латинської Америки                |
| 1987      | Банківська, валютна та боргова кризи | США  |
| 1988-1994 | Банківська, валютна та боргова кризи | Норвегія, Швеція, Фінляндія                                    |
| 1994-1995 | Банківська, валютна та боргова кризи | Мексика, Бразилія, країни Південно-Східної Азії                |
| 1995      | Криза «текіли»                       | Аргентина  |
| 1997-1998 | Азіатська криза                      | Таїланд, Малайзія, Індонезія, Південна Корея, Філіппіни, Росія |
| 2000-2002 | Криза «дот-комів»                    | США  |
| 2007-2009 | Глобальна фінансова криза            | Глобальний масштаб кризи                                       |

Національний регулятор на фондовому ринку фокусує увагу на захист прав інвесторів, забезпечує відкритість, прозорість та справедливість ринку. Це досягається шляхом виконання вимог щодо розкриття компаніями інформації про діяльність. Емітент зобов'язаний розкривати регулярну річну та квартальну звітність, інформацію про власників голосуючих акцій понад порогові значення, особливу інформацію та інформацію для оприлюднення. Оприлюднення інформації відбувається на сайті емітента, а також у загальнодоступній інформаційній базі даних Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку та через агентів з розкриття інформації Reuters, Bloomberg, Interfax.

Протидія шахрайству з цінними паперами вийде на якісно новий рівень після підписання Україною Багатостороннього меморандуму IOSCO ММoU



про взаємопорозуміння, консультування, співробітництва та обміну інформацією Міжнародної організації регуляторів ринків цінних паперів. На підставі аналізу даних про приєднання десятків країн до Багатостороннього меморандуму IOSCO ММоU професор Сільверс дійшов висновку, що покращення міжнародного співробітництва наглядових органів призводить до збільшення ліквідності ринку:

- для місцевого ринку цінних паперів збільшення ліквідності в середньому складає 7-13%;
- для цінних паперів, які мають лістинг на різних ринках, збільшення ліквідності в середньому складає 18-25% [2].

Це відбувається за рахунок підвищення стандартів діяльності національного ринку, зниження рівня інвестиційних ризиків, зростання захисту прав інвесторів, усунення асиметрії інформації. Станом на 2018 рік 112 країн є підписантами Багатостороннього меморандуму, Україна серед 16 країн, що очікують підписання даного документу.

Відповідальність за вибір об'єкту інвестування перед усім полягає на інвестора. Повноваження національного регулятора є обмеженими на ринку FOREX, у сфері майнінгу та обігу криптовалют. Україна недостатньо інтегрована у міжнародний фінансовий простір, тому торгівля іноземними цінними паперами також поза межами регулювання НКЦПФР.

Отже, прозорість ціноутворення на ринку капіталів, наявність чітких правил регулювання та однаковий доступ до інформації сприятимуть активізації інвестицій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Барановський О. І., Левченко В. П. Трансформація державного регулювання в контексті інтеграції ринку небанківських фінансових послуг України у світовий фінансовий простір. – 2017.
2. За даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку <https://www.nssmc.gov.ua/2018/05/07/bagatostoronny-memorandum-iosco-mmou-vpliv-transkordonnogo-sprvobtnitstva-na-lkvdnsty-rinku-aktsy/>

*Подгурська Т.А.*

*старший викладач кафедри української мови та літератури*

*ДВНЗ „Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

### **Аналітичні терміни галузі соціального підприємництва**

Соціальне підприємство— це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Його діяльність використовується в освіті, охороні навколишнього середовища, боротьбі з бідністю, захисті прав людини та ін. Головне завдання соціального підприємництва – приносити користь суспільству. Основна діяльність соціальних підприємств направлена на допомогу в подоланні соціальної ізоляції, знаходження нових шляхів для реформування державних соціальних послуг, залучення громадян до участі у соціальних ініціативах, ефективне використання ресурсів окремих регіонів у вирішенні соціальних проблем тощо.

Мовний аспект соціального підприємництва, його мовна реалізація у ситуаціях, пов'язаних з бізнесом та соціальною діяльністю, досліджувалися мало. У статті ми проаналізуємо номінативні процеси в соціальній термінології, де спостерігається стійка тенденція до зростання синтаксичної деривації. Цей спосіб термінотворення дуже продуктивний на сучасному етапі розвитку української терміносистеми, оскільки аналітичні терміни здатні з найбільшою повнотою відобразити необхідні диференційні риси іменованого поняття. Л. Гаращенко зазначає, що „терміни-словосполучення виявляють більшу здатність до конкретизації значень завдяки їхній можливості надавати уточнювальні галузеві характеристики загальнозживаним словам» [1, с. 224].

Аналітичні терміни галузі соціального підприємництва умовно можна поділити на дво-, три- і багатоконпонентні. За частиномовною характеристикою можна виділити чимало моделей термінологічних словосполучень. Кілька з них розглянемо у нашому дослідженні.

1. Іменник + Іменник (родовий відмінок, далі – Р.в.): *сфера обслуговування* – сукупність галузей народного господарства, продукт яких (предмети споживання) виступає у вигляді певної доцільної діяльності – послуг; *споживчий кошук* - споживчий бюджет; загальна сума витрат і їх конкретний розподіл на забезпечення середньостатистичного споживання людини (сім'ї) в певний період, сукупність товарів і послуг, що забезпечують задоволення самих необхідних потреб людини; *телефон довіри* - служба екстреної психологічної і емоційної підтримки по телефону.

2. Іменник + Прикметник. В цій лексико-семантичній групі дуже активно використовується прикметник *соціальний*: *дія соціальна* - усвідомлена дія людини, звичайно викликана його потребами, яка пов'язана з діями іншої людини або інших людей, зорієнтована на їх поведінку, впливає на них і, в свою чергу, випробовує вплив поведінки інших; *ідеал соціальний* - зразок, досконалість в чому-небудь, вища мета, що визначає прагнення і поведінку людини, групи, класу; *цінності соціальні* - 1) в широкому значенні - значимість явищ і предметів реальної дійсності з точки зору їх відповідності або невідповідності потребам суспільства, соціальних груп і особистості; 2) у вузькому значенні - етичні і естетичні вимоги, вироблені людською культурою, що є продуктами суспільної свідомості; *установка соціальна* - ціннісне відношення суб'єкта до соціального об'єкта, виражене в готовності позитивної або негативної реакції на нього.

3. Прикметник + Іменник + Іменник (Р.в.): *здоровий образ життя* - спосіб життєдіяльності, який передбачає дотримання режиму труда і відпочинку, збалансоване харчування, відмову від шкідливих звичок, дотримання гігієнічних вимог, здійснення профілактичних заходів, своєчасне звернення до лікарів у разі хвороби тощо; *суспільні фонди споживання* - кошти, отримані установами від держави на розвиток безкоштовної освіти, виплату стипендій, пенсій, допомог, оплати щорічних відпусток, утримання дошкільних установ тощо.

4. Іменник + Іменник (Р.в.) + Іменник (Р.в.): *форми організації навчання* - загальні та спеціальні. Загальні: індивідуальне, парне, групове, колективне навчання; спеціальні: урок, семінар, факультатив, гурток, лабораторні заняття, навчальна конференція і под.

5. Іменник + Прикметник + Іменник (Р.в.): *асоціація соціальних працівників* - об'єднання фахівців в області соціальної роботи.

6. Прикметник + Іменник (Р.в.) + Іменник (Р.в.) + Іменник (Р.в.): *Всесвітня декларація прав людини* - прийнята і проголошена Генеральною Асамблеєю ООН 10 грудня 1948 року як завдання, до виконання якого повинні прагнути всі народи, всі держави і громадські організації, віддаючи пріоритет заохоченню і розвитку поваги до прав людини і основних свобод для всіх без виключення.

Отже, аналітичний спосіб утворення термінів у галузі соціального підприємництва і взагалі у соціальній сфері є дуже продуктивним. У номінативних процесах у галузі соціальної термінології спостерігається стійка тенденція до зростання синтаксичної деривації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гаращенко Л.Б. Аналітизм як тип термінологічної номінації // Лінгвістичні дослідження: Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С.Сковороди. – Харків, 2012. – Вип.34. – С. 223-228.

2. Кизименко Л.Д., Бедна Л.М. Словник-довідник соціального працівника – Режим доступу [<http://ipp.lp.edu.ua/Library/004/004.html>].

3. С. М. Локайчук. Терміни-словосполучення в сучасній українській археологічній науці. // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство. –Л.: 2011. – Вип. 1, - С. 71-76.

4. Соціальне підприємництво в Україні – Режим доступу [<http://www.socialbusiness.in.ua/>].

***Потапюк Л.М.***

*к.пед.н., доцент, доцент кафедри комп'ютерних технологій,  
Луцький національний технічний університет*

***Потапюк І.П.,***

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,  
Полтавська державна аграрна академія*

## **Соціальне підприємництво як соціальна інновація**

У сучасній соціальній державі соціальні інновації формують інноваційне середовище, яке сприяє науково-технічним, технологічним та інформаційним нововведенням, забезпечують їх прискорення, підвищують ефективність використання нової техніки і технологій, скорочують інноваційні витрати. Саме соціальне підприємництво є тією соціальною інновацією, яка служить механізмом соціальних перетворень і сталого розвитку в рамках неприбуткової або прибуткової підприємницької діяльності.

Місія соціального підприємництва набуває особливої цінності в період економічної кризи, оскільки, по-перше, в цей час загострюються соціальні проблеми, і їх вирішення стає життєво важливим для існування суспільства. По-друге, соціальне підприємництво сприяє створенню сприятливого бізнес-середовища, підтриманню активної громадської позиції, інновацій, суспільної солідарності, що створює передумови для кращого і своєчасного виходу з кризи. Науковці вважають, що криза – це пролог до надзвичайно серйозного соціального транзиту, унаслідок якого економічна та політична бази життя зміняться на соціологізовану, тобто соціальні інновації встануть у ряд з технологічними. Тому питання модернізації не повинне фокусуватися лише на технологічних аспектах, залишаючи осторонь соціальний контекст. Це не виключно технологічний процес, це складна соціогуманітарна проблема [2].

Найбільш поширене визначення соціального підприємництва належить Грегорі Дізу, який виділив п'ять факторів, що його визначають: прийняття на

себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага); виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії; здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання; рішучість дій, не обмежена розташовуваними ресурсами; висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [3].

Створення соціального підприємства передбачає визначення чіткої і зрозумілої місії соціального спрямування, яка включає вирішення певних суспільних проблем; застосування бізнес-методів (організації, планування, контролю) із метою отримання прибутку; створення бізнес-організації на основі колективної форми власності (охоплює засновників, працівників, цільову групу, волонтерів та ін.).

Організаційним базисом діяльності соціального підприємства є певні обов'язкові умови: підприємство перебуває у спільній та рівній власності його членів; переважає демократичний стиль прийняття рішень; отримані доходи інвестуються в підприємство, а також спрямовуються на соціальні та екологічні цілі; місія соціального підприємства спрямовується на створення суспільного багатства, а не на отримання приватного капіталу. У цьому аспекті суспільне багатство можна визначити як результати, отримані суспільством унаслідок задоволення його запитів.

Метою соціального підприємництва є зміна існуючого небажаного соціального стану на більш бажаний; вирішення соціальної проблеми через досягнення потрібного результату – соціально-еколого-економічного ефекту. При цьому економічна ефективність виражається в незалежності і прибутковості, соціальна ефективність – у досягненні соціальних результатів, підтримці місцевої спільноти, екологічна ефективність – у застосуванні екологічних матеріалів, програм енерго- та ресурсозбереження; екології праці.

Розглядаючи зазначену проблему, також варто виокремити відмінності між підприємництвом та соціальним підприємництвом. Основна відмінність лежить не в площині мотивації, а у сфері характеристик цінності, що виробляється. У

разі звичайного підприємництва це ринкова цінність, яка може бути виражена в категорії доходу і прибутку. У разі соціального підприємництва це цінність, що виражається в перевазі, яку одержує значна частина суспільства або суспільство в цілому від виробленої соціальним підприємцем «великомасштабної трансформації». При цьому цільовими групами, яким призначена «цінність», служать найменше захищені і найменш благополучні верстви населення, що не мають фінансових ресурсів або політичних важелів для досягнення «одержуваної в результаті трансформації цінності» власними силами [1].

Таким чином, соціальне підприємництво є прекрасною можливістю заробляти та робити внесок у розвиток суспільства, нестандартним підходом, інновацією та відповідальністю за громаду і її окремих представників. Проте, для того щоб людина змогла взяти на себе відповідальність, могла стати двигуном та індикатором покращень і суспільних змін, необхідно створити для неї усі необхідні умови та простір.

#### **Список використаних джерел:**

1. Московская А. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России: Препринт WP1/2008/02 / А. Московская, М. Баталина, Л. Тарадина. – М.: ГУ ВШЭ, –2008. – 84 с.

2. Парламентські слухання. «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» (запис від 17.06.2009 р.) [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.in.gov.ua/files/content/84789023470892.pdf>

3. Dees, J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf)

**Проскурович О.В.,**

*к.е.н., доцент кафедри АСМЕ*

*Хмельницький національний університет*

**Сорока Л.О.,**

*магістрант зі спеціальності «Фінанси, банківська справа*

*та страхування»,*

*Хмельницький національний університет*

### **Закордонний досвід соціального підприємництва**

Вітчизняному ринку соціального партнерстване більше 20років. У країнах Західної Європи і США благодійні фонди функціонують з початку ХХ століття, де сформувалася своя культура сприйняття, фінансового та особистісного залучення людей для вирішення проблем суспільства. В Україні соціальне підприємництво функціонує на початкових стадіяхі потребує законодавчого урегулювання згідно європейських норм та практик щодо вітчизняних реалій.

Соціальне підприємництво динамічно зростає у багатьох країнах світу, передусім в європейських країнахЗа сучасних умов надзвичайно скрутного та кризового фінансово-економічного стану нашої країни, який вкрай обмежує реальні можливості державирозв'язувати нагальні соціальні проблеми, розвиток соціального підприємництва може виступати як альтернативний шлях пом'якшення гостроти цих проблем. Все цей обумовлює актуальність дослідження зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва.

Традиційно соціальне підприємництво розглядається як певний вид бізнесу, що виконує соціальну функцію, успішно вирішуючи питання безробіття, соціального захисту та соціальної адаптації у суспільстві.Воно характеризується наступними основними ознаками[1]:

1) соціальний вплив – цільова спрямованість на вирішення або пом'якшення існуючих соціальних проблем в суспільстві;



2) інноваційність – застосування унікальних підходів для підвищення соціального впливу на підприємницькі процеси;

3) фінансова стійкість ісамооплатність– здатність вирішувати соціальні проблеми за рахунок доходів, одержуваних від власної діяльності;

4) масштабність – збільшення обсягів діяльності і поширення досвіду для підвищення соціального впливу;

5) підприємницький підхід– здатність перетворювати проблеми у можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, що позитивно впливають на суспільство в цілому.

Функціонування соціального підприємництва забезпечує дотримання сталого розвитку діяльності бізнес-структур для подолання гостросоціальних проблем щодо безробіття, соціального захисту та соціального залучення.

У країнах Європи вже накопичили певний досвід підтримки державою розвитку соціального підприємництва, визначивши її пріоритетною. Соціальне підприємство широко поширене в країнах Європи, в США, Канаді, Японії, Південній Кореї, Бразилії. Найбільш популярною організаційно-правовою формою ведення соціального бізнесу в європейських країнах є кооперативи: «кооперативи соціальної солідарності» (Португалія), «кооперативи соціальних ініціатив» (Іспанія), «компанії соціальної мети» (Бельгія), «соціальні кооперативи колективної власності» (Франція) [2].

Для динамічного розвитку соціального підприємництва у Великобританії існує розгалужена інфраструктура підтримки, в якій виділяють такі основні компоненти: заохочення соціального підприємництва; передзапуски та інкубатори; сталий розвиток і ріст; копіювання, відтворення. Для соціального підприємства у Великобританії залучають ряд доступних джерел фінансування: гранти; соціальні інвестиції; капітал клієнта; позики; бондосоціального впливу; інвестиції в акціонерний капітал; крауд-фандінг.

При формуванні і реалізації концепції соціального підприємництва застосовують три основні підходи до її визначення[3]:

1) підприємницька діяльність неприбуткових недержавних організацій, яка спрямована передусім на реалізацію статутних цілей цих організацій (характерний для країн Північної і Південної Америки);

2) діяльність бізнес-підприємства з соціальною місією на користь територіальної спільноти (характерний для Європи, Великобританії);

3) інноваційна підприємницька діяльність задля поліпшення становища громади і відновлення соціальної справедливості шляхом пошуку соціальних новаторів у всьому світі і їх підтримка, залучення ресурсів, обміну технологіями і досвідом, формування мережі соціальних підприємців (характерний для Швейцарії, США, Індії).

Звичайно не існує єдиної правильної моделі ведення соціального бізнесу, тому кожна країна самостійно вирішує це питання, використовуючи різноманітні механізми регулювання та підтримки у цій сфері. У зв'язку з цим виділяють чотири моделі соціального підприємництва [3]: модель Північної Європи (Бельгії, Нідерландів, Норвегії, Швеції) характеризується активною підтримкою держави; моделі США, Канади, Японії передбачають регулювання нарівні підприємств, використання благодійництва; модель Центральної Європи (Австрії, Німеччини, Франції) відрізняється адресними соціальними програмами і бізнес-проектами; модель Великої Британії характеризується значними соціальними інвестиціями.

Отже, розвиток соціального підприємництва широко представлений як у європейських так і американських та азійських країнах. Однак, Україні мабуть ближчим є саме європейський шлях розвитку, який полягає у підтримці державою та різноманітними донорами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ігнатович Н. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва / Н. Ігнатович, В. Гура // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: Серія «Економіка». – 12(165). – 2014. – С. 22 – 25

2. Сіренко Н.М. Соціальне підприємництво в Україні: основні аспекти / Н.М. Сіренко, Т.І. Лункіна // Сталий розвиток економіки. – №1. – 2016. – С. 5-10.

3. Березяк І.І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва / І.І. Березяк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». –Випуск 25. – 2014. –С. 31–36.

**Прохорова Є.В.**

*к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **Підприємницькі компетентності, які набуваються студентами освітньо-професійної програми «Підприємництво»**

У Київському національному економічному університеті імені Вадима Гетьмана з 2016-2017 навчального року здійснюється набір студентів на перший бакалаврський рівень вищої освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньо-професійна програма «Підприємницька діяльність» (з 2018 року – «Підприємництво»). При розробці освітньої програми особливу увагу було приділено формуванню у студентів компетентностей та результатів навчання саме у сфері підприємництва. Крім загальних та фахових компетентностей, передбачених проектом Стандарту вищої освіти України, проектною групою було додано до загальних компетентностей «здатність проявляти лідерські якості, організовувати та мотивувати учасників команди для досягнення відповідних результатів». До фахових компетентностей додано такі: здатність оцінювати зміни підприємницького середовища та генерувати нові ідеї у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності з урахуванням потреб та особливостей національної економіки на засадах економічної футурології; здатність створювати власний бізнес та забезпечувати його ефективну діяльність; здатність визначати та використовувати економічні показники для

обґрунтування відповідних рішень у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності; здатність розробляти альтернативні шляхи розв'язання проблем різних типів та рівнів, що можуть виникати в діяльності підприємства, та обґрунтовувати вибір найбільш доцільного/оптимального/адекватного; здатність формувати ефективні бізнес-комунікації з контрагентами в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

Набуття зазначених компетентностей забезпечується опануванням як загальноекономічних, так і фахових навчальних дисциплін, в першу чергу таких як Підприємництво та Підприємництво II (Економіка фірми), Правове регулювання підприємницької діяльності, Тренінг-курс "Створення власного бізнесу", Тренінг-курс "Управління фірмою з використанням інформаційно-аналітичних систем", Облік та оподаткування суб'єктів малого підприємництва та інших.

За два роки апробації освітньої програми її зміст було удосконалено, зокрема, з вибіркового до обов'язкових компонент було переведено дисципліну Соціальне підприємництво. Діючи обмеження у формуванні освітньої програми не дозволяють включити до обов'язкових компонент такі дисципліни як Тренінг-курс «Start-up» та Тренінг-курс «Особистісне лідерство та командоутворення», які залишаються вибілковими.

Студентам освітньо-професійної програми «Підприємництво» пропонуються на вибір сертифікаційні пакети дисциплін «Бізнес тест-драйв», «Особистісний розвиток підприємця» та «Інструментарій підприємницької діяльності», а також Міждисциплінарний. Дисципліни кожного пакету дозволяють студентам поглиблювати та розширювати професійні навички та компетентності за програмою «Підприємництво». Наприклад, до пакету «Бізнес тест-драйв» включено дисципліни, які дозволяють ознайомитись із особливостями підприємницької діяльності в різних галузях: Організація туристичного бізнесу, Організація готельно-ресторанного бізнесу, Тренінг-курс «Організація інтернет-магазину», Тренінг-курс «Бізнес-моделювання», Тренінг-курс «Start-up».

Дисципліни пакету «Особистісний розвиток підприємця» формуватимуть компетентності міжособистісних та бізнес- комунікацій та управління командою: Тренінг-курс «Мовна культура сучасної бізнес-комунікації», Бізнес культура, Публічне адміністрування, Тренінг-курс «Особистісне лідерство та командоутворення», Тренінг-курс «Мистецтво ведення переговорів».

Навчальні дисципліни, що включені до пакету «Інструментарій підприємницької діяльності»: Бізнес інформатика, Управління продажем, Логістика, Управління товарооборотом та Тренінг-курс «Оцінювання підприємницьких ризиків», дадуть змогу студентам опанувати навички управління діяльністю підприємницької організації.

До «Міждисциплінарного» пакету включено дисципліни, які дозволяють ознайомитись із особливостями організації діяльності підприємств різних розмірів та типів: Соціологія підприємництва, Регіоналістика, Фінанси підприємств, Оподаткування великого бізнесу, Кібербезпека бізнесу.

Наведена структура компонент освітньо-професійної програми «Підприємництво» на першому бакалаврському рівні вищої освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» дозволяє сформувати у студентів навички та компетентності, необхідні для підприємницької діяльності. Подальший розвиток та удосконалення програми ми бачимо у напрямі збільшення питомої ваги тренінг-курсів із залученням підприємців-практиків. Ми відкриті до співпраці та сподіваємось на активну участь у підготовці майбутніх підприємців представників бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Проект Стандарту вищої освіти України рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) рівень, ступінь вищої освіти: бакалавр, галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Офіційне видання, МОН України, 2017.
2. Навчальний план освітньо-професійної програми «Підприємництво», галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізація

«Підприємництво», затверджений Вченою Радою КНЕУ ім. В. Гетьмана у березні 2018 р.

*Руженський М. М.*

*кандидат економічних наук, доцент кафедри політичної економії,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **Інноваційні складові соціального підприємництва**

В більшості країн світу підприємництво є рушійною силою сталого економічного розвитку, джерелом добробуту громадян, визначальним чинником ефективної зайнятості. Підприємництво створює механізми участі людей у економічному житті та суспільному виробництві, які є джерелом створення національного продукту та забезпечують матеріальну основу існування суспільства. Згідно закону України «Про підприємництво» підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, що здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством[1]. Головною метою підприємництва є досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Підприємницька діяльність ґрунтується на ряді принципів таких як: вільний вибір виду діяльності, добровільне та вільне залучення ресурсів, майна і коштів громадян та юридичних осіб, що використовуються, самостійний вибір ринків виробничих ресурсів та споживачів виробленої продукції, вільне розпорядження прибутком. Підприємництво виконує ряд функцій, основними з яких є організаційна, новаторська, ресурсна, соціальна. Ефективне виконання підприємцями цих функцій сприяє зростанню валового внутрішнього продукту, збільшенню кількості нових робочих місць, посиленню

конкурентоспроможності та підвищенню інноваційного потенціалу економіки країни.

На тлі загострення сучасних соціальних, економічних, екологічних проблем все більшого поширення набуває явище соціального підприємництва, як способу поєднання нового мислення, нових підходів, ділової винахідливості, нового ставлення до організації підприємницької діяльності та використання власних матеріальних ресурсів. Соціальне підприємництво це такий вид підприємницької діяльності, що спрямований на розв'язання соціальних проблем суспільства шляхом інноваційних підходів.

В західній економічній літературі виділяють ряд факторів, що визначають соціальне підприємництво, а саме - прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага); виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії; здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання; рішучість дій, що не обмежується наявними ресурсами; висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності - як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством[2]. Ключовою для соціального підприємництва є його соціальна місія, яка полягає у виявленні та вирішенні соціально-економічних проблем шляхом зміни застарілої соціальної системи. Важливим також є те, що в практичній діяльності різноманітних соціальних підприємств створювана ними цінність благ не може бути чітко поділена на соціальну та економічну. Вона має скоріше змішаний характер. Водночас і переваги, що отримують соціальні підприємці не завжди мають суто економічний характер. До таких можемо віднести – формування привабливого образу фірми у суспільстві і, як наслідок, зростання довіри до неї, що призводить до збільшення кількості клієнтів, товарообігу та прибутку, зміцнення позицій фірми на ринку; поява можливостей отримати кращі та більш вигідні замовлення; через підвищення авторитету фірми та розширення своєї діяльності з'являється можливість проводити більш активну та ефективну політику в суспільстві.

Можна стверджувати, що в сучасних умовах соціальне підприємництво є певною необхідністю та пошуком шляху вирішення актуальних і, часом, глобальних проблем, які постають перед суспільством, і не можуть бути вирішені лише зусиллями держави. Це пошук компромісів між державою, підприємцями і громадою щодо соціально-економічного захисту населення.

Соціальне підприємництво є рушійною силою соціального та економічного розвитку не тільки для слаборозвинутих та країн, що розвиваються, а й, навіть, для високорозвинутих країн. Воно стимулює створення нових, ефективних робочих місць, що призводить до зростання платоспроможності населення яке нерозривно пов'язане із споживанням і заощадженнями та, в кінцевому підсумку, веде до економічного розвитку. Соціальне підприємництво також є дієвим інструментом адаптації суспільства у разі виникнення кризових економічних явищ, функціонуючи на індивідуальному рівні створює продукцію за будь-яких умов та спрямовує прибутки на усунення соціальних проблем суспільства, якісно новий розвиток потенціалу населення та підприємства. Воно дає змогу ефективно поєднувати високі темпи економічного зростання із підвищенням якості та рівня життя населення. Завдяки соціальному підприємництву відбувається поширення інновацій - у разі їх успішного запровадження вони поширюються у підприємницькій сфері та, згодом, у всій економічній системі, що призводить до підвищення її ефективності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991р. №698-12. Редакція від 05.04.2015р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
2. Dees, J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf)



## **Соціальне підприємництво як інститут соціального захисту населення**

Соціально-економічне становище в країні породжує необхідність використання інноваційних підходів в проведенні реформ, головним завданням яких є забезпечення розвитку, стабільності та соціальної безпеки. Незважаючи на тривалість соціальних реформ, за період незалежності в державі так і не сформовано ефективної системи соціального захисту населення. Крім того, нові ризики соціальної вразливості викликали необхідність структуризації інституціональної системи соціального захисту. Варто зазначити, що одним із інноваційних напрямів є розвиток інституту соціального підприємництва, який при належному виконанні функцій може стати інструментом, що сприятиме не лише вирішенню соціальних проблем, а й інноваційному соціально-економічному розвитку країни.

В Україні, незважаючи на функціонування «150 соціальних підприємств (з 2008 р. по 2017 р. було зареєстровано 112 соціальних підприємств)», [1, с.7] даний напрям діяльності є інноваційним і знаходиться на етапі зародження. Передусім, слід підкреслити, що згідно з вимогами, зазначеними Європейським Союзом, організації, які класифікуються як соціальні підприємства повинні відповідати наступним критеріям: займатися економічною діяльністю, мати чітку соціальну мету, яка є корисною для суспільства, бути незалежними від держави чи інших некомерційних організацій, мати інклюзивне управління. [4,с.16] Враховуючи зазначене, можна стверджувати, що дані підприємства, незважаючи на отримання як економічної, так і соціальної вигоди, повинні бути, насамперед, соціально відповідальними. Але слід розмежовувати корпоративну соціальну відповідальність і соціальне підприємництво.

Соціально відповідальний бізнес «є добровільною діяльністю підприємств, спрямованою на дотримання високих стандартів господарської діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення партнерських взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращення результативності бізнесу в довгостроковому періоді».[2] Зазвичай фахівці розглядають соціальне підприємництво як інноваційну діяльність, направлену на вирішення соціальних проблем. Аналізуючи діяльність вітчизняних соціальних підприємств,[1] варто підкреслити, що кожен підприємець має власне бачення соціальних проблем, що зі свого боку породжує ймовірність втрати ідейної спрямованості соціального підприємництва, яка полягає в отриманні прибутку з метою реалізації соціальної цілі – вирішення соціальних проблем, досягнення соціальних змін. Нагадаємо, що соціальні проблеми - це об'єктивне явище, яке не залежить від волі людини, це соціальне протиріччя між цілями і результатами діяльності, що не дає можливість задовольнити соціальні потреби.

Відповідно, існує декілька підходів до розуміння сутності соціального підприємництва: як спосіб підтримки певної категорії населення, як механізм сприяння соціально-економічному розвитку, як механізм вирішення соціальних проблем, як соціально-орієнтований бізнес.

На нашу думку, сутність соціального підприємництва як інституту соціального захисту населення проявляється в його функціях. Головною повинна бути соціальна функція, яка реалізується на основі громадської активності і ініціативності та передбачає пом'якшення і вирішення соціальних проблем на місцевому рівні. Прикладом зазначеного може бути підтримка та соціальна адаптація певних верств населення, соціальне обслуговування населення, соціальний (зелений) туризм, благоустрій території. Соціальна функція вирішує проблеми, пов'язані з відтворенням людини, із забезпеченням належного рівня та якості життя. Але варто підкреслити, що у соціальному

підприємстві тісно взаємопов'язаний економічний та соціальний напрям. Таким чином, для вирішення та пом'якшення соціальних проблем необхідні ресурси, які формуються шляхом реалізації економічного компонента. Незаперечним є те, що досягнення соціальних цілей неможливе без економічного зростання, яке зі свого боку залежить від ефективного використання соціальних факторів. [3, с.29]

Отже, соціальне підприємство як нове явище, як один з пріоритетних напрямів розвитку малого бізнесу в країні потребує, передусім, нормативного регулювання, державної підтримки, стимулів, належного інформативного простору. В умовах нестабільності соціальне підприємство, яке функціонує на принципах самоокупності, фінансової стійкості, інноваційності, є новим і необхідним напрямом в системі соціального захисту населення. Сутність соціального підприємства як соціального інституту полягає у створенні для працездатного населення умов щодо можливості реалізації конституційно закріплених соціальних прав, а для осіб, які не можуть самостійно вирішити соціальні проблеми, - належного механізму підтримки та захисту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Підсумковий звіт за результатами дослідження «Соціальні підприємства в Україні». – Київ. – 2017. – 32с.
2. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://svb.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriyannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf) – Назва з екрану. – Дата звернення: 05.05.2018.
3. Фетисов Э.Н, Яковлев И.Г. О социальных аспектах предпринимательства (концептуальное введение в проблему) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru/data/179/819/1231/003fetisov.pdf> – Назва з екрану. – Дата звернення: 06.05.2018.
4. SocialEnterpriseinEuropeDevelopingLegalSystemswwhichSupportSocialEnterpriseGrowth [Електронний ресурс] – Режим доступу:

[http://providus.lv/article\\_files/3058/original/ESELA\\_Legal\\_Mapping\\_Publication\\_250915\\_\(3\)-1.pdf?1444030170](http://providus.lv/article_files/3058/original/ESELA_Legal_Mapping_Publication_250915_(3)-1.pdf?1444030170) – Назва з екрану. – Дата звернення: 06.05.2018.

**Ткаченко О.В.,**

*к.е.н., доцент,*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»,*

**Кулага І.В.,**

*к.е.н., доцент,*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»,*

### **Соціальний капітал: теоретико-методологічні основи**

Соціальний капітал є однією з пріоритетних сучасних концепцій в соціології, економіці, політології, менеджменті, що пов'язується з довірою, соціальними мережами та взаємозв'язками між ними у суспільстві. Її поява є реакцією на нову соціальну реальність, що обумовлена змінами парадигмальних основ розвитку соціуму, типів суспільних відносин, цінностей та демонтажем інституціональної структури, які слугували основою соціального відтворення. Соціальний капітал на сьогодні пов'язується з економічним розвитком країн, побудовою громадянського суспільства, підтримкою політичних перетворень, формуванням особистого добробуту, міграцією та іншими соціально-економічними процесами.

Дослідження еволюції поняття «соціальний капітал» передбачає як історичний, так і міждисциплінарний аспекти. Генетично концепція соціального капіталу пов'язана з вченням А.Сміта, в подальшому – з працями А.Токвіля, А.Мюллера, М.Вебера, Е.Дюркгейма і стала альтернативою як теорія неокласичних соціальних ресурсів. Системне дослідження цього поняття і виділення його в самостійну наукову категорію пов'язане з іменами П.Бурдьє,

Дж.Коумена, Р.Патнема, Ф.Фукуяма та ін. Його проблематика нині активно вивчається в межах різних наук, починаючи з економіки і завершуючи етнопсихологією. Все це свідчить про актуальність дослідження соціального капіталу в межах міждисциплінарного підходу і, одночасно, про існування різних уявлень щодо його сутності.

Порівняння основних підходів до трактування соціального капіталу (табл. 1) дає підстави стверджувати, що центральним елементом теорії соціального капіталу є стосунки між людьми, в його основі, згідно з усіма теоріями, лежить довіра.

Таблиця 1.

**Підходи до визначення соціального капіталу.**

| Автор      | Визначення   |
|------------|--|
| Н.Лін      | Інвестиції в соціальні зв'язки, які пов'язані з очікуванням майбутніх економічних вигод.   |
| Ф.Фукуяма  | Норми, неформальні цінності, які роблять можливими колективні дії у групах людей.  |
| Р.Патнем   | Здатність спільнот до колективних дій заради досягнення спільних цілей, цінність соціальних зв'язків.  |
| Дж.Коулман | Соціальний капітал є особистим ресурсом для досягнення особистих та колективних цілей, виходячи з максимізації корисності.   |
| П.Бурдьє   | Сукупність реальних або потенційних ресурсів, що пов'язаний з володінням стійкою мережею більшою або меншою мірою інституціолізованих відносин взаємного знайомства та визнання – іншими словами, з членством в групі. |
| П.Штомпке  | Соціальний капітал являє собою ресурс, яким володіє особистість, нерозривно пов'язаний з категорією довіри.  |

Так Ф.Фукуяма характеризує соціальний капітал як «...певний потенціал суспільства або його частки, що виникає як результат наявності довіри між його членами» [2, с.52]. П. Штомпке, дискутуючи щодо соціального капіталу. в якості синоніма використовує поняття «капітал довіри» та «капітал надійності» [3, с.266]. А отже, соціальний капітал можна визначити як певний потенціал суспільства, що заснований на довірі, як суспільний ресурс, що включає в себе соціальні мережі, соціальні норми, інформаційні канали, і у цій ролі може бути ресурсом отримання вигод.

Розвиток людського капіталу, потреба в економічній реалізації та ефективному захисті, нових можливостей робочої сили, зростання залежностей підприємців і суспільних результатів їх господарської діяльності від якості праці та активності найманого працівника актуалізують дослідження ролі соціального капіталу як фактору економічного розвитку. За критерієм економічної ефективності соціальний капітал, на думку експертів, може бути співставлений лише з такими факторами виробництва як людський капітал та наука і, відповідно, його накопичення сприяє зростанню економіки і підвищенню загального рівня добробуту. Як функція соціальних відносин, що ґрунтуються на довірі та взаємності, соціальний капітал сприяє продуктивній діяльності, може приносити прибуток у формі різноманітних матеріальних та нематеріальних цінностей. Подібно до інших видів капіталу соціальний капітал є продуктивним – він дозволяє отримати результати, які неможливо було б отримати за умови його відсутності. Соціальний капітал поширює інформацію, укріплює довіру між партнерами по бізнесу, знижує транзакційні витрати, робить індивідуальну репутацію суспільним здобутком, мобілізує ресурси для суспільних проектів, підтримує благодійність та інші форми альтруїстичної поведінки тощо. Експертні висновки підтверджують, що внаслідок підвищення рівня довіри в країні на один пункт економічне зростання збільшується на понад 0,5 пункти, ефективність судових рішень зростає на 0,7 пункти, а корупція зменшується на 0,3 пункти [4, с.34].

Соціальний капітал базується на стосунках між людьми, а отже, суттєво відрізняється від інших форм капіталу і, навіть, людського. Можна виокремити наступні особливості соціального капіталу:

- соціальний капітал втілений в людині і не може продаватися, передаватися або залишатися в спадщину як гроші або інші матеріальні цінності;
- грошовий капітал вимірюється кількісно, його можна накопичувати та інвестувати, а соціальний складно виміряти таким чином. Його цінність пов'язана з соціальними взаємодіями в певних групах, його неможливо переміщувати довільно;
- на відміну від людського, соціальний капітал зростає і розвивається за рахунок активності індивідумів;
- соціальний капітал не може належати одній людині, оскільки передбачає взаємодію між людьми;
- ідеологічні цінності можуть негативно впливати на соціальний капітал, нав'язуючи хибні погляди та поведінку.

Зважаючи на те, що в соціальних науках не існує загальноприйнятого визначення або концепції соціального капіталу, наявні суттєві його відмінності від інших форм капіталу, соціальний капітал варто оцінювати критично. Деякі науковці взагалі вважають, що поняття соціальний капітал за своїм змістом не відповідає ознакам класичного розуміння капіталу [5, с.106]. На наш погляд, для остаточного з'ясування природи соціального капіталу подальші дослідження необхідно здійснювати в площині вирішення наступних спірних питань:

- по-перше, соціальний капітал є спільним чи індивідуальним, особистим благом? П.Бурдье і Дж. Коулман вважають його особистим ресурсом, а Р.Патнем – суспільним благом. Він пов'язаний з підтримкою відносин, його неможливо створити наодинці, він не переміщується довільно, до нього не може бути застосовано механізм цін. Отже, соціальний капітал не

може бути особистим благом, але його можна використовувати як в особистих, так і в суспільних цілях;

- по-друге, чи варто ідеалізувати соціальний капітал? Можлива недооцінка ймовірних негативних ефектів соціального капіталу (груповий тиск, уніфікація поведінки, нетерпимість, напруга у стосунках, корупція). Тому, зокрема Р.Патнем, ділить соціальний капітал на дві групи: «той, що згуртовує» та «той, що наводить мости» і наголошує на необхідності врахування не просто наявних зв'язків, а їх типів;

- по-третє, якого характеру взаємозалежність між соціальним капіталом та інституціональними факторами? Серед дослідників домінує точка зору, що у більш розвинутій соціальній державі (з високим рівнем соціалізації послуг, завдяки яким люди менше залежать один від одного) необхідність в соціальному капіталі знижується. Проте в реаліях ми можемо спостерігати позитивну кореляцію між зазначеними процесами (прикладом можуть слугувати скандинавські країни).

Процес економічного розвитку потребує комбінації різноманітних типів та форм капіталу. І соціальний капітал, завдяки своїм унікальним властивостям, може значно підвищувати ефективність інвестування у фізичний та людський капітал. Слід також враховувати, що соціальний капітал є ознакою і одночасно відіграє значущу роль у дематеріалізації відтворювального циклу в умовах сучасної модифікації ринкової системи. Формуючись за допомогою неформальних норм і принципів на основі свободи і довіри, соціальний капітал, на думку А.Гальчинського, перебирає на себе дуже важливу в сучасній економіці функцію – функцію морально-психологічного ресурсу економічної динаміки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бурдьє П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2015. – №3. – С. 60-74.
2. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. // М.: АСТ Москва, 2008, 730 с.



3. Штомпке П. Доверие-основа общества. // М.: Логос, 2012, 440 с.
4. Солодовников С.Ю. Социальный капитал как фактор экономического роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sotsialnyy-kapital-kak-faktor-ekonomicheskogo-rosta>
5. М.Блок, Н.Головин. Социальный капитал: к обобщению понятия // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12, Вып.14 – 2015. – С. 99-111.

*Уманців Ю.М.,  
д.е.н., професор,  
професор кафедри економічної теорії та конкурентної політики  
Київський національний торговельно-економічний університет*

### **Соціальний вимір конкурентоспроможності корпорацій**

В умовах посилення глобалізаційних процесів соціалізація підприємництва виступає об'єктивною закономірністю розвитку суспільства. Саме тому її необхідно використовувати як інструмент управління з метою досягнення цілей корпорації. Соціально відповідальна корпорація, здійснюючи низку заходів, не лише сприяє розв'язанню багатьох проблем, а й забезпечує формування позитивного іміджу та більш високий рівень конкурентоспроможності. Соціальна відповідальність корпоративного підприємництва виникає як об'єктивна потреба не лише суспільства, а й самих корпорацій, які намагаються зміцнити власні позиції у конкурентному середовищі, залучити національних й іноземних інвесторів, привабити висококваліфікованих фахівців тощо [1, с. 88-99].

Становленню конкурентоспроможної національної корпоративної сфери економіки України сприятиме впровадження та імплементація європейських стандартів, норм і правил, які покликані регулювати діяльність усіх суб'єктів ринку, роблячи більш цивілізованим підприємницький сектор. Упровадження

досвіду країн ЄС та загальноприйнятих європейських практик чинитиме позитивний вплив на вітчизняну економіку [2, с. 15-18].

Українська національна модель соціальної відповідальності підприємництва перебуває у стадії активного формування. Зазначена діяльність охоплює багато напрямів, зорієнтована на задоволення нагальних потреб суспільства, зумовлена специфікою теперішнього етапу соціалізації економіки та традиціями вирішення соціальних проблем, які стосуються функціонування соціальної інфраструктури.

Соціальний вимір конкурентоспроможності корпорацій проявляється у рівні їх соціальної відповідальності як суб'єктів економічної діяльності. Проблема соціальної відповідальності корпорацій полягає у взаємодії двох векторів розвитку підприємницької діяльності, а саме – оптимізації рівня витрат на покращення соціального середовища та використання конкурентних переваг соціального середовища з метою посилення рівня власної конкурентоспроможності.

За умов глобальної конкуренції зростають вимоги до рівня людського капіталу, витрати на охорону здоров'я, освіту, підвищення кваліфікації персоналу. Соціальна відповідальність підприємництва передбачає етичне ставлення до всіх зацікавлених сторін, а тому вона містить економічну та екологічну складові й у широкому контексті пов'язана з підвищенням стандартів життя як внутрішніх, так й зовнішніх суб'єктів за умови збереження прибутковості корпорації. Можливість фінансування соціальних програм і розмір соціальних інвестицій безпосередньо обумовлюються економічною ефективністю функціонування підприємства. Основними ідентифікаційними ознаками сучасного конкурентоспроможного підприємництва необхідно вважати таке управління бізнес-процесами, котре спрямовується на отримання прибутку на базі принципів, що забезпечують загальний позитивний вплив на суспільство.

Очевидно, що прихильність корпорації до дотримання суспільних інтересів у короткостроковій перспективі не принесе їй істотного зростання

прибутку. Водночас з позиції суспільства, соціальна відповідальність підприємництва є концепцією, яка ґрунтується на паритетності економічних інтересів усіх суб'єктів та відображає їх сподівання щодо ролі корпорацій у розв'язанні його економічних, екологічних і соціальних проблем. Реалізація соціальної відповідальності корпорацією потребує новітніх підходів до управління на основі імплементації принципів соціальної відповідальності у підприємницьку діяльність. Соціально відповідальне управління підприємством потребує інформації про економічні, соціальні та екологічні наслідки його господарської діяльності [3, с. 41-62].

З позицій інституційного аналізу соціальна відповідальність підприємництва – це особливий економічний інститут, що представляє собою генотипну модель закріплення суспільно значущих функцій за корпораціями, які втілюються в системі принципів, правил, норм, вимог і цінностей соціальної орієнтації. Основними з них є корпоративна благодійність, меценатство, соціальний маркетинг, соціальне інвестування, партнерство, що формують особливий вимір економічної, правової та етичної відповідальності [4, с. 194-199].

З огляду на те, що соціальна відповідальність – це безперервний процес постійного вдосконалення, практична реалізація її принципів потребує розробки відповідної стратегії та програми дій. Одним з головних завдань на сучасному етапі є побудова в Україні системи, спрямованої на створення необхідних передумов соціально відповідальної поведінки корпорацій, посилення мотивації щодо розвитку практик соціальної відповідальності корпоративного підприємництва. Повноцінна реалізація соціальної конкурентоспроможності в умовах глобалізації відбувається на рівні корпорації, а тому соціальна конкурентоспроможність стає вагомим чинником у глобальному конкурентному просторі.

### **Список використаних джерел:**

1. Івашина С.Ю. Соціалізація економіки як тенденція суспільного розвитку: монографія / С.Ю. Івашина. – Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2017. – 252 с.
2. Лагутін В.Д. Ефекти державного регулювання економіки в умовах євроінтеграції України / В.Д. Лагутін // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2017. – №6. – с. 5-23
3. Король С.Я. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія та методологія обліку: монографія / С.Я. Король. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 416 с.
4. Соціально-філософські аспекти розвитку економіки, управління та освіти в умовах формування сучасного суспільства: монографія / за ред. Іщенко М.П., Пантелєєвої Н.М., Руденка І.І. – Черкаси: Вид. ПП Чабаненко Ю.А., 2017. – 473 с.

***Філіпенко А. С.,***

*д. е. н., проф., професор кафедри світового господарства*

*і міжнародних економічних відносин*

*Інституту міжнародних відносин*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

### **Принципи народної, солідарної економіки**

Особливість вітчизняної альтернативи чинній економічній системі полягає у необхідності здійснення трансформації в напрямі народної, солідарної економіки на двох головних рівнях: макро- та мікрорівні. Народна економіка охоплює цілісне національне господарство як систему, солідарна – окремі первинні сектори, ланки, осередки (народні підприємства, кооперативи, фермерські господарства, асоціації, неприбуткові організації, волонтерські об'єднання тощо)[1, р. 1-2].

Народна, солідарна економіка спирається на три основоположні принципи: народний світогляд, народний суверенітет та солідарність. Народність є своєрідністю кожного народу, що зумовлена його історичним розвитком, географічними, економічними, політичними та іншими умовами його життя. Народність – це національна самобутність народу і проявляється вона в його характері. Близьким до народності є й народознавство як наука про життя, звичаї та обряди й духовну творчість народу. «Бо ж пізнати народ, - писав І. Франко, - то значить пізнати людей, що мешкають на певній території, а також пізнати їхнє нинішнє і минуле становище, їхні фізичні і розумові особливості, їхні інститути й економічне становище, їхні торговельні відносини й інтелектуальні зв'язки з іншими народами»[2, с. 254].

Інша складова народності – народний суверенітет – означає, що народу належить уся суверенна повнота влади на території країни, право самому вирішувати свою долю безпосередньо або через представницькі органи, брати участь у реалізації політики своєї держави, контролювати діяльність органів державної влади. У даному визначенні акцент робиться на взаємовідносинах громадянина і держави. Натомість економічний аспект народного суверенітету передбачає наявність економічних прав у контексті вільного доступу до різноманітних ресурсів на ринкових засадах, володіння власністю, участю в розподілі створюваного продукту тощо.

Солідарність як третя фундаментальна риса народної економіки асоціюється, насамперед, з визначеннями Е. Дюркгейма про органічну солідарність, що ґрунтується на суспільному поділі праці. Сучасний варіант солідарності доповнено такими ознаками, як справедливість, гідність, добровільна співпраця, рівноправ'я, взаємодопомога, особиста безпека тощо. Подолання періодичних трансформаційних криз економічного та політичного характеру можливе тільки на основі здійснення широкомасштабної, докорінної модернізації економіки і суспільства в Україні на основі суспільної солідарності. Вони в різних формах проголошувалися вітчизняними та зарубіжними мислителями і поетами. Різні аспекти солідарності розглядали

О. Конт, Е. Дюркгейм, Г. Спенсер, М. Ковалевський та ін. Солідарність, солідаризм є надзвичайно важливою компонентою успішної реалізації трансформаційних процесів у колишніх соціалістичних країнах. «Соціальна солідарність суспільства ... виступає, з одного боку, як об'єкт трансформаційних перетворень, з іншого – як визначальний ресурс»[3, с.135]. Складовою народної економіки є, безумовно, економічна солідарність, яка проявляється на мікро-, макро- та на гео економічному рівнях. У літературі з питань солідарної економіки переважають дослідження на мікрорівні, коли створюються самоврядні підприємства сімейного типу, кооперативні, народні, комунальні підприємства, розвивається соціальний бізнес. Досвід такого солідарного підприємництва нагромаджено не тільки в бідних країнах (Бангладеш), а й у низці розвинутих країн (США, Англія, Канада та ін.). В основі такої солідарності лежить процес виробництва суспільних благ. Солідарність проявляється у консолідованій спільній діяльності з метою реалізації спільних цілей та завдань на основі узгодженого прийняття норм і правил суспільного (громадського) об'єднання, спільних моральних смислів, норм та цінностей. Складніше реалізуються принципи солідарності на макро- та гео економічному рівнях. На макрорівні, тобто на рівні держави, принципи солідарності полягають, насамперед, у створенні необхідних і достатніх передумов для реалізації сутнісних сил особистості, зокрема вільного доступу до ресурсів з метою розвитку підприємництва. Зміцненню солідарних відносин сприяють справедлива судова система, надійний захист прав власності, усунення корупції тощо. Важливою складовою солідарності є також соціальний захист економічно вразливих категорій населення: інвалідів, людей похилого віку, сиріт та ін.

Принципи солідарності на гео економічному рівні були проголошені після Другої світової війни і стосувалися переважно благодійництва та торговельних відносин між країнами.

### **Список використаних джерел:**

1. Social and Solidarity Economy. Beyond the Fringe / Ed. by P. Utting. – London, 2015.
2. Франко І . Найновіші напрямки в народознавстві. / Зібр. тв. у 50-ти т. – Т.45. – К., 1986.
3. Кутуєв П.В. та ін. Теорія соціальних змін: сучасні соціологічні концептуалізації. – К., 2014.

*Хохич Д.Г.*

*к.е.н., доцент,*

*ДВНЗ—Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана*

### **Роль державно-приватного партнерства в підтримці та розвитку соціальних інновацій**

Під соціальними інноваціями розуміють нові рішення (продукти, послуги, моделі, процеси і т.п.), які відповідають соціальним потребам та ведуть до нових, покращених можливостей, цінностей та сосунків. Сьогодні роль соціальних інновацій у суспільстві дедалі зростає, що зумовлено, зокрема й тим, що деякі перешкоди до стабільного й стійкого економічного зростання (наприклад, зміна клімату, незайнятість молоді, старіння нації, а також зростання соціальних конфліктів) можна подолати тільки за допомогою такого роду інновацій. Важлива роль у введенні інновацій та сприянні розвитку науки й технологій належить державі, яка використовуючи механізм державно-приватного партнерства намагається втілити їх у життя.

Залучення вітчизняного державно-приватного партнерства в інноваційну сферу пов'язано з неспроможністю держави реалізувати покладені на неї функції, передбачені статтею 328 Господарського кодексу України та статтею 6

Закону України «Про інноваційну діяльність», а саме фінансувати, організувати та навіть здійснити належне регулювання в цій сфері. До сьогодні не прийнята стратегія інноваційного розвитку; не визначена інноваційна політика держави; не реалізуються пріоритетні напрями інноваційної діяльності; не працюють механізми державної фінансової підтримки через неузгодженість виділення коштів на такі цілі з бюджетним та податковим законодавством; не має розгалуженої інноваційної інфраструктури, а її окремі елементи (технопарки, наукові парки) існують у рамках нестабільного правового поля за відсутністю будь-якої (після прийняття Податкового кодексу України) фінансової підтримки.

У результаті — інноваційна діяльність в Україні залишається не розвиненою, а в рамках національної інноваційної системи сформувався суттєвий розрив у взаємодії її елементів у трикутнику: приватний бізнес, наука і держава. Для того щоб заповнити цей розрив, необхідна нова основа інноваційних відносин (правова модель), яка б дозволила дотримуватись балансу публічних і приватних інтересів в інноваційній сфері, забезпечити функціонування інноваційного ринку та підприємництва, залучити приватні інвестиції до інноваційного розвитку. Такою приватноправовою моделлю, що базується на рівності партнерів, довірі та свободі договору, стає модель державно-приватного партнерства.[1]

Суть державно-приватного партнерства полягає у поєднанні зусиль держави, науки та бізнесу для реалізації проектів, що мають важливе соціально-економічне значення, але несуть значні ризики. Для держави переваги використання державно-приватного партнерства полягають у можливості залучення приватних партнерів для реалізації соціально-економічних проектів та проектів, що відповідатимуть рівню проектів на глобальному ринку.[2]

Для приватного сектору державно-приватне партнерство також має низку переваг, а саме: можливість використання інфраструктури та різноманітних розробок державних наукових установ, доступ до державного фінансування та



інші пільги, пов'язанні з державною підтримкою (наприклад, податкові пільги, пом'якшення регуляторних обмежень тощо).

Вказані переваги використання державно-приватного партнерства мають наслідком поширення його використання у галузі інноваційних технологій в Європі та світі.

#### **Список використаних джерел:**

1. О. Сімсон Державно-приватне партнерство в інноваційній сфері // Вісник Академії правових наук України.– №4. – С. 222-230.
2. М. Савчук Інновації крізь призму ДПП// Юридична газетаonline. – 28.09.2017 р. - <http://jur-gazeta.com/publications/practice/derzhavnoprivatne-partnerstvo/>

***Шевченко В.Ю.,***

*к.е.н., доцент*

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

#### **Соціальна спрямованість діяльності міжнародних банків**

Посилення взаємодії економічних і соціальних процесів в сучасних умовах охоплює також зростання соціальної спрямованості діяльності фінансових і банківських інституцій. Сучасна еволюція банківських інституцій обумовлена глобальними процесами та системними змінами в економіці та фінансах. Основними глобальними процесами що впливають на банківську діяльність, є:

- стабілізація та диференціація економічного зростання в світі;
- суперечлива взаємодія інтеграційних та дезінтеграційних процесів;
- волатильність міжнародних товарних та фінансових ринків;
- рекомпозиція міжнародних потоків капіталу;
- стрімке поширення блокчейну і нових фінансових технологій.

Вказані процеси та національні умови впливають на системні зміни у фінансовій та банківській сферах:

- нетрадиційна монетарна політика розвинутих країн, низькі процентні ставки, що впливає на зниження прибутковості банківського кредитування;
- зростання державного та приватного боргу, що обмежує кредитну діяльність;
- посткризове зростання прострочених кредитів;
- поширення нових банківських технологій та фінансових інструментів, в тому числі для управління ризиками;
- поширення інноваційних та цифрових форм розвитку економіки та фінансів;
- де-інтермедіація, тобто витіснення фінансових посередників та поширення прямого доступу до фінансів.

В основі соціальної спрямованості банківської діяльності лежать: посилення соціальних пріоритетів стейкхолдерів банківських інституцій та послуг, зростання ролі суспільної соціальної оцінки діяльності банків, розширення доступу до фінансів всіх соціальних груп, поширення соціально-орієнтованих банківських послуг, соціальні складові програм розвитку банків.

Діяльність банків спрямована на кращий доступ до фінансів для різних соціальних груп та бізнесу – середніх та малих підприємств, підприємців, інноваторів. Соціальні вимоги справедливості, стабільності, транспарентності та відповідальності стали вагомими умовами довіри до банків.

Все це обумовило посилення ролі соціального спрямування міжнародної та національної банківської діяльності.

У сучасному світі зростає значення розвитку малого та середнього бізнес, в тому числі на асоційованій основі - мережеві, нетворкінгові, інноваційні та соціальні форми організацій діяльності. Їх суспільна роль у забезпечення зайнятості, інтелектуалізації діяльності, поширенні інновацій, постійно зростає.

Діяльність малого і середнього бізнесу, інноваційних та соціальних підприємців не повністю відповідає ринковим критеріям ефективності та

максимізації прибутку, бо ціни на їх товари та послуги часто є соціально-орієнтованим, певна частина їх доходів спрямовується на соціальні цілі.

В сучасних умовах все більшого значення набуває «доступ до фінансів» (access to finance) або «фінансове включення» (financial inclusion). Це означає поширення та доступність всього спектру банківських та фінансових послуг, що сприяє включенню всіх верств населення до загального економічного та фінансового життя місцевої громади, країни, світової спільноти. Це має значну суспільну цінність, стає засобом вирішення проблем реалізації творчого потенціалу особистості, подолання бідності та соціального вирівнювання.

Соціальні складові банківської діяльності необхідно розглядати як комплексне поняття, що охоплює власність, структуру, функції, послуги та результати. Соціальний зміст банківської діяльності повинен включати: соціальні характеристики власності; соціальні складові в цілях діяльності та стійкості кредитних інституцій; соціальні вимоги щодо умов надання та доступу до банківських послуг; соціальна відповідальність банків.

Кооперативні банки є найбільш поширеною інституційною формою соціально-орієнтованих банківських послуг в світі. Кооперативні банки ґрунтуються на принципах взаємодопомоги, відповідальності та солідарності. Їх діяльність спрямована на покращення доступу до фінансів для своїх членів на кращих умовах, ніж ринкові. Вони, зокрема, надають мікрофінансування для малого бізнесу та підприємців, «зелене фінансування» для екологічно сприятливих проєктів, беруть участь у вирішенні соціальних проблем.

В Європі в 2015 р. нараховувалось 4200 кооперативних банків, що мають 81 мільйон членів та 205 мільйонів споживачів послуг[1]. Значення кооперативних банків може бути оцінено в 12-14% капіталу та активів європейської банківської системи [2]. В окремих країнах – Австрія, Італія, Франція, Німеччина, Нідерланди – частка кооперативних банків у відповідних національних банківських системах перевищує 25 % [2]. У деяких країнах кооперативні банки входять в п'ятірку найбільших, наприклад Рабобанк в Нідерландах та Райфейзен банк в Австрії.

Транспарентність і соціальна відповідальність банків сприяє посиленню довіри до них, інвестуванню заощаджень та стабільності. Соціальні інвестиції відіграють все більшу роль у розвитку суспільства та місцевих громад. Розширення доступу до фінансів стимулює економічну, соціальну та інноваційну активність.

#### **Список використаних джерел:**

1. Co-operative banks definition and characteristics. European Association of Co-operative Banks. Brussels, 2016. URL: <http://www.eacb.coop/en/cooperative-banks/definition-and-characteristics.html#sthash.YmDrEt7O.dpuf>
2. Corporate Governance in Co-operative Banks. European Association of Co-operative Banks. Brussels, 2015. 14 p.

***Шуплат О.М.***

*к.е.н., старший викладач кафедри інвестиційної діяльності  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **Соціальні інвестиції - як інноваційний інструмент розвитку підприємництва**

Розвиток сучасного світу вимагає від підприємства гнучкості та інноваційності в управлінні персоналом і відповідний рівень побудови корпоративної соціальної відповідальності виходячи з цього актуалізується питання соціальних інвестицій як форми корпоративної соціальної відповідальності будь-якого підприємства незалежно від його розмірів та галузевого спрямування.

Серед інноваційних технологій в соціальному середовищі бізнес-структур можна виділити соціальне і соціально відповідальне інвестування. У національній практиці ці дві стратегії часто плутають, хоча різниця між ними досить відчутна, якщо не сказати принципова.

Відмінність цих технологій полягає в тому, що соціальні інвестиції безпосередньо спрямовані на поліпшення корпоративної політики і практики, відносин із зовнішніми та внутрішніми зацікавленими сторонами, так званими стейкхолдерами компанії, а соціально відповідальні інвестиції передбачають систему відповідних дій, щодо компенсації або мінімізації шкоди суспільству та навколишньому середовищу в результаті діяльності підприємства, а також у покращення добробуту населення та вкладення капіталу в соціальний розвиток суспільства.

Промислові підприємства як ключові суб'єкти корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) відіграють важливу роль у забезпеченні соціальної та екологічної безпеки в національній економіці, де індустріальні цінності залишаються першорядними [1].

Соціальні інвестиції відіграють важливу роль в суспільстві, принаймні, за двома підставами. Перш за все, слід зазначити, що компанії, що займаються соціальними проектами, є більш успішними в збереженні лідерських позицій в ринковій економіці, і в ефективному веденні бізнесу. Одночасно, соціальна діяльність бізнесу сприяє підвищенню рівня і якості життя населення, забезпеченості соціальною інфраструктурою, в кінцевому рахунку, ступеня розвитку людського капіталу країни.

Суб'єктом стратегії соціальних інвестицій виступає саме підприємство, точніше, його топ-менеджмент і провідні акціонери. Соціально відповідальне інвестування - це сфера дій інвесторів, їх груп і об'єднань [2].

Серед стейкхолдерів виділяються наступні групи:

- бізнес стейкхолдери (персонал, клієнти, постачальники, інвестори та ін.);
- влада;
- громадські стейкхолдери (некомерційні організації, місцеві спільноти, ЗМІ та ін.) [3].

Існує два основні аспекти, з огляду на які розглядають соціальні інвестиції:

1. Соціальні інвестиції в контексті корпоративної соціальної відповідальності, під якою розуміють соціальну діяльність підприємства,

спрямовану на зовнішнє середовище з метою створення сприятливого іміджу в очах громадянського суспільства та надання соціальних благ працівникам підприємства.

2. Інвестиції в людський капітал, що сприяють підвищенню професійної кваліфікації та покращанню продуктивних здібностей людини і тим самим збільшують продуктивність праці. До інвестицій у людський капітал відносять витрати на освіту протягом життя, охорону здоров'я, виховання гуманітарних складників людського капіталу, посилення мотивації працівників, міграцію працівників, пошук економічно важливої інформації [4].

На нашу думку, ці два аспекти є взаємопов'язаними. А отже, соціальні інвестиції необхідно розглядати одразу в обох контекстах. Соціальні інвестиції у контексті корпоративної соціальної відповідальності є компонентою інвестицій у людський капітал, а інвестиції в людський капітал, своєю чергою, – компонентами соціальних інвестицій загалом.

На сьогодні потреба у соціально інвестиційному ринку постійно зростає. Закордонний досвід демонструє цілу низку переваг разом із економічним зростанням, боротьбою з соціальними проблемами та підтримкою державних реформ.

Отже, можемо підсумувати, що економічна вигода від соціальних інвестицій характеризується наступними чинниками:

- підвищення продуктивності праці;
- зниження втрат від тимчасової непрацездатності співробітників;
- підвищення забезпеченості кваліфікованими спеціалістами;
- зниження санкції та штрафних платежів (зумовлені впливом на навколишнє середовище),
- покращення якості життя працівників,
- створення позитивного іміджу компанії в стратегічній перспективі,
- запровадження ресурсозберігаючих технологій.

Крім того, на рівні регіону, залучення соціальних інвестицій може стати основою для посилення його конкурентних позицій за рахунок результативної

взаємодії соціальної та комерційної компоненти, а також підвищення інвестиційної привабливості регіону.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пархоменко Ю. М. Пріоритети та особливості закордонних моделей соціального інвестування [Електронний ресурс] / Ю. М. Пархоменко // Соціально-трудова відносина: теорія та практика . - 2014. - № 2. - С. 457-461.
2. Язлюк Б. О. Фундаментальні та прикладні економічні механізми підприємств при реалізації соціальних інвестицій як основа інноваційного розвитку держави [Електронний ресурс] / Б. О. Язлюк // Економічний аналіз. - 2014. - Т. 18(2). - С. 280-285.
3. Черних О. В. Сутність та значення політики соціальних інвестицій в діяльності підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Черних // Економічний вісник Національного гірничого університету. - 2008. - № 1-2. - С. 80-86.
4. Макарова О. В. Державні соціальні програми: теоретичні аспекти, методика розробки та оцінки : монографія / О. В. Макарова. – К. : Кондор, 2009. – 328с.

***Якубенко В.Д.***

*д.е.н., професор кафедри політичної економії,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

#### **Соціальне підприємництво та постеконімічні контури фірми**

Однією із найактуальніших проблем соціального підприємництва (як концепції вирішення соціальних завдань підприємницькими засобами [2,с.15]) є визначення меж впливу і рівня врахування вимог різних соціальних груп усередині організації, з одного боку, а з іншого — формування соціально значущих для суспільства загалом цілей і соціальної спрямованості (на базі легітимності і суспільного контролю) у сферах , що пост економічно виходять

за рамки уявлення про фірму як виробничу систему з легально задекларованими комерційними орієнтирами. Розвиток поглядів (перед усім фахівців зі світовим ім'ям-І.Ансоффа[1], Д. Гелбрейта[4], Т. Парсонса, П. Друкера та ін.) на організацію передбачає залучення до сфери досліджень відносин фірми з різними соціальними силами суспільства, що охоплюють такі проблеми, як соціальна відповідальність бізнесу, політичне середовище і корпоративна власність на владу, групова ідеологія носіїв власності, влади, управління.

Визначення підприємницьких дій у відповідь на соціальні вимоги слід проводити з урахуванням вірогідності еволюції фірми у майбутньому. Отут, на думку І. Ансоффа [1,с.190], можливі чотири сценарії майбутнього фірми: I. Суспільство задовольниться колишнім розумінням ролі та місця фірми. II. Суспільство нанесе приватному підприємництву великих втрат. III. Фірма трансформується у соціально-економічний інститут. IV. Фірма буде замінена принципово новою організацією. Сценарій I виходить з того, що негативний вплив надмірного регулювання підприємницької діяльності невпинно вочевиднюватиметься. У зв'язку з цим суспільство зупинить сучасну тенденцію до розширення соціального регулювання раніше, ніж фірма зазнає серйозних збитків. У варіанті II приймається, що сучасні тенденції збережуться до того, як соціальні витрати спричинять істотні обмеження ефективності приватного сектору. Коли це відбудеться, свобода підприємництва буде відновлена, але процес відновлення виявиться прецесійним та тривалим. Приклад фірм у багатьох країнах Західної Європи, що втрачають свої конкурентні позиції в результаті вагомих соціальних витрат, ілюструє, як може розвиватися цей сценарій. За варіантом III прийнято, що більшість обмежень не скасовано і вводяться нові елементи соціального контролю. Однак на певному етапі економічна ефективність врівноважить соціальні вимоги. Фірма буде позбавлена руйнівних соціальних наслідків та перетвориться на чутливий інструмент ринку, залишаючись в основному економічним інститутом суспільства. Цей сценарій відповідає теорії неокapіталізму, а неодмінним



результатом розвитку в цьому напрямі з'явиться великий обсяг соціального планування з боку держави. Відповідно до цього варіанта поточні тенденції розглядаються як частина незворотного процесу зміни становища фірми в постеконічному суспільстві. Прагнення отримання прибутку будедоповнене нееконічними цілями, якими є розвиток соціального капіталу, підтримка зайнятості, задоволеність роботою, підтримка добробуту місцевих громад тощо. Цей варіант передбачає трансформацію фірми із суто економічного у соціально-економічний інститут. Закріплення пост економічних цінностей усередині фірми може скоротити необхідність планування і контролю. Підтвердження ймовірності сценарію III можна знайти у розвитку суспільного контролю та програмах «соціальної відповідальності», уже реалізованих багатьма провідними фірмами. Найрадикальніший сценарій IV, який базується на історичному досвіді і за яким приймається, що перехід до постеконічної доби аналогічний попереднім найрадикальнішим трансформаціям суспільства.

Очевидно, щореалізація будь-якого з трьох останніх варіантів пов'язана необхідністю змін у системах і структурах фірми, що забезпечать компетентне вирішення соціальних проблем. Причому важливим внеском у конструктивну стратегію є врахування соціальних і економічних втрат і вигод, що приносять різні види і механізми регулювання діяльності фірми з боку суспільства. Потрібно визнати своєрідність сприйняття дійсності, точок зору та ідеологій, що виявляються у відносинах з фірмою різних впливових суспільних груп. У практичному плані фірмі необхідні не просто фахівці, ай ті, які здатні здійснити тонкий і неупереджений аналіз політичної ситуації і поза орієнтирів рентабельної поведінки скористатися реаліями влади. Таким чином, зростання значення соціальної спрямованості господарської діяльності, з одного боку, і посиленна увага держави до соціальних питань — з іншого диктують необхідність тіснішої взаємодії між фірмою і суспільством. Суспільство висуватиме чимало завдань і пріоритетів при розподілі ресурсів, що поставить фірму в умови різних моделей конкуренції та партнерства з державними установами, освітніми закладами, некомерційними організаціями і фондами.

Це передбачає виникнення нових інститутів та соціальних організацій, покликаних виконувати завдання, поставлені суспільством, де фірми стануть необхідними, хоча й не достатніми, учасниками. Нові проблеми суспільства, його вимоги до фірм і обмеження їхньої діяльності змусять керівництво включати чинник суспільної корисності майже в кожне рішення. Предметом турбот прийдешнього управління стануть проблеми суміщення системи цілей і цінностей фірми з подальшою соціалізацією підприємницького сектору. Також очевидно, що все більша кількість фірм будуть функціонувати в розширених географічних кордонах і політичній перспективі, маючи справу з різними національними звичаями, культурами та рівнями економічного розвитку. Таким чином, у прийнятті рішень з'являться додаткові соціальні змінні — культура і політика.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб.: Питер Ком, 1999. — 416 с.
2. Борнштейн Д. Социальное предпринимательство и сила новых идей. — М.: «Альпина Паблишер». — 2015. — 496 с.
3. Грейсон Д., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. — М.: Экономика, 1991.
4. Гэлбрейт Д. Экономические теории и цели общества. — М.: Прогресс, 1979. — 406 с.

**Ямненко Г.Є.**

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

## **Соціальне підприємництво як елемент інноваційного розвитку економіки**

В Україні існує широкий спектр проблем в соціальній сфері саме соціальне підприємництво як один з видів соціальних інновацій може виступати інструментом, що сприяє ліквідації провалів ринку у відповідних сегментах економіки та зниження соціальної напруженості в суспільстві. Соціальне підприємництво в нашій країні сьогодні є певним чином інноваційною сферою розвитку бізнесу, яка орієнтована на вирішення або пом'якшення соціальних проблем суспільства і регіонів.

Соціальне підприємництво націлене на пошук ефективних механізмів вирішення соціальних проблем, пом'якшення соціальної напруженості, орієнтоване на задоволення потреб населення і, як наслідок, здатне взяти на себе деякі функції держави, регулярно контактуючи з ним.

Сьогодні соціальне підприємництво розглядається як:

- підприємницька діяльність, спрямована на пом'якшення або розв'язання соціально значущих проблем, що характеризується соціальним впливом, інноваційністю, наявністю фінансових засобів, балансом прибутку і соціального призначення підприємницької діяльності;
- форма побудови солідарності, що формує мережу соціальних контактів, нове комунікативне середовище, ініційовані економічні, організаційні, соціальні інновації;
- форми громадської участі у вигляді реалізації соціальних проектів з інвестицією прибутку в забезпечення соціальних потреб.

Виділяють три основні характеристики соціального підприємства:

1) торгівля – життєздатність цих підприємств досягається через торговельну/комерційну діяльність;

2) соціальне призначення – діяльність побудована на соціальних цілях (створення робочих місць, проведення тренінгів та розвиток певних навичок, надання послуг та виробництво товарів на місцевому рівні);

3) соціальна власність – перебувають у власності громад (користувачів послуг або клієнтів, місцевих громадських об'єднань тощо) [2].

До характерних ознак соціального підприємництва як економічної діяльності належать: соціальний вплив, інноваційність, наявність фінансових засобів, що сприяють підтриманню економічної діяльності, підприємницький підхід і самоокупність. Як формі громадської участі для соціального підприємництва характерна наявність мережі соціальних контактів, що складаються навколо соціальних підприємств. Як формі побудови солідарності, яка сприяє створенню економіки солідарності в сучасному суспільстві, соціальному підприємству притаманний баланс прибутку і соціального призначення економічної діяльності, використання соціально-економічних інновацій, що сприяють прискоренню соціальних змін і задоволення суспільних потреб. При цьому соціальне підприємство виступає в різноманітних організаційно-правових формах в залежності від соціально-економічних і культурних умов, а також конкретних завдань, які ставлять перед собою соціальні підприємці.

Сьогодні відсутні обмеження щодо виборудля соціального підприємства або підприємницької діяльності найбільш оптимальної організаційно-правової форми, тому що взагалі відсутній закон, який регулював би таку діяльність. Найважливіше значення має наявність ресурсів, які не залучені традиційним бізнесом[1].

Ключовими концепціями у визначенні соціального підприємництва виступають «інноваційність» та «створення соціальної цінності». Інноваційність розглядають як постійне прагнення до надання інноваційних послуг у складі більш ефективних бізнес-моделей. Створення соціальної

цінності означає досягнення об'єктивних позитивних соціальних перетворень для певної частини соціуму, тобто поліпшення якості життя групи індивідів, що мають спільну проблему або спектр проблем, яку соціальний підприємець зобов'язується вирішити в межах своєї діяльності.

Механізми соціальних перетворень, здійснюваних соціальними підприємцями, можуть приймати різноманітні форми, включаючи: виробництво й надання товарів і послуг соціального характеру; збір благодійних пожертв або інших ресурсів для передачі на використання третій стороні або для власного використання; роботу з місцевими та регіональними органами влади з метою підтримки захисту інтересів сегмента суспільства, чий інтереси представляє соціальний підприємець тощо.

Таким чином, соціальне підприємництво – бізнес-модель, що містить інноваційний механізм комбінування і використання грошових та природних ресурсів з метою реалізації можливостей у сфері соціальних перетворень в суспільстві або його обмеженому сегменті.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малышева Л. Социальное предпринимательство: тренд или вызов сегодняшнего дня?/Л.Малышева//Частный предприниматель. – 2016. – № 13. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://chp.com.ua/newspaper-news/item/42919-sotsialnoe-predprinimatelstvo-trend-ili-vyizov-segodnyashnego-dnya>
- 2.Сандакова О. Соціальне підприємництво: що це? / О. Сандакова // Наша громада. – 2010. – № 1. – С. 19 – 24.

## **Секція 2. Інновації як інструмент максимізації соціальної цінності**

*Lanchava Eliso,*

*Doctor of Economics, Assistant Professor,*

*Faculty of Business and Economics*

*Sokhumi State University*

### **Social entrepreneurship in Georgia**

Social entrepreneurship idea gradually gains strength in the world. What is social entrepreneurship: as opposed to traditional business, which's main objective is making a profit, social entrepreneur tries to attach and subordinate profit to solution of current communal problems. For him profit is a significant motivation, however structural solution of social problems and changing the context of them is principal. Accordingly, profit of the social entrepreneurship is not measured solely through financial success. Contribution to the solution of social problems, for which it was launched, is more essential. For this reason social entrepreneur frequently uses contemporary and innovative approaches and production principles. He takes over some entrepreneurial risks in favor of society. He eagers to deal with the most difficult societal problems using innovative concepts. His characteristics are leadership, and ability to encourage like-minded people. Social entrepreneur not only helps others, but enhances their education level and acquisition of new skills by creating new contexts. This is the reason why such approaches are interesting for organizations directed at development, it enables them to aid others and invest money effectively.

Not so long ago, idea of social entrepreneurship entered Georgia. It was actualized by international donor organizations. Due to their grant schemes, nowadays there are several dozen social entrepreneurships. According to Georgian legislation profit-oriented entities, except for educational settings, don't have a right

to obtain grant. As a result, only non-governmental organizations are occupied in social entrepreneurship. Center for Strategic Research and Development of Georgia is one of the many organizations working on this issue and from 2009 it assists in development of social entrepreneurship in Georgia. Also, under the aegis of European Funding, the annual competition –Students in support of Social Entrepreneurship is held, which enabled the fund to create long-term collaborations with social organizations, universities, business and public revenues. In Western countries social entrepreneurship is believed to be a moving force for changes and progress, insofar assistance and advancement of it in developing countries is especially profitable, as a lot of problems are solved on an honorary basis. Society itself is also integrated in solution of existing problems and becomes more active, that raises effectiveness of the business. It is crucial for the development of social entrepreneurship to assist in partnership with business sector, provide low-interest loans and finance innovative ideas of interested young entrepreneurs.

#### LIST OF SOURCES

1. [www.segeorgia.org](http://www.segeorgia.org)
2. [www.cse.newsgator.ge](http://www.cse.newsgator.ge)
3. [www.forbes.ge](http://www.forbes.ge)

*Tsivtsivadze Nino*

*Doctoral student*

*Economics and Business Administration Faculty*

*Sokhumi State University*

#### **Cooperation between government and society for maximizing social value**

Keywords: Government, Society, Social economy, social entrepreneurship, social inequality, social value.

The development process of socioeconomic in terms of social entrepreneurship is the key way to solve the 21st-century social problems, such as social inequality,

solidarity, and justice. The article presents the ways government and society can cooperate to achieve the maximization of social value in developing the process of social entrepreneurship.

The lower is the level of the state, the greater the importance of social development, there is no strong society without a strong government and the fact is that a strong society creates a strong government. When is society strong? While social values such as social equality, social justice, and social solidarity are at the appropriate level. Such a community is a guarantee of positive changes in all countries and in the world in terms of globalization.

“Social values refer to wider financial and non-financial impacts of programs, organizations and interventions including the wellbeing of individuals and communities, social capital and the environment” and when we talk about social problems economic inequality is one of the most noteworthy. Wilkinson and Pickett’s recent book, *The Spirit Level*, documents the relationship between economic inequality and human wellbeing. “Greater economic inequality is significantly and substantially related to higher rates of health and social problems. The findings stand up using a variety of measures of inequality and health and social problems, including life expectancy, level of trust, mental illness, obesity, children’s educational performance, teenage births, homicides, imprisonment rates, and social mobility.” It should also be noted that the lower the level of development in the country, the higher the level of economic inequality.

Today, the best way to improve a social-economic situation is to develop the social entrepreneurship with the active cooperation between government and society. There are some social enterprises worldwide but more effort from the government is needed to increase their quantity, quality and therefore the level of social cohesion.

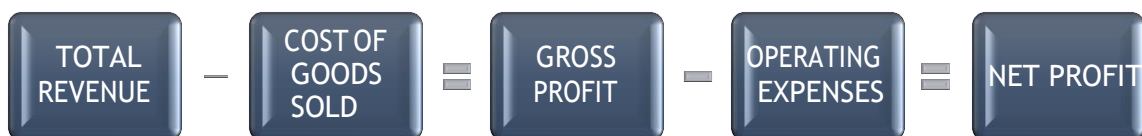
How do we imagine the cooperation between government and society for maximization of social value? The society knows best what society needs on the social and economic stage, and the government knows how to work more efficiently this needs to be met. Right here I want to use the words from the Yale political economist Charles Lindblom, who described the mixed economy as a hand. “While



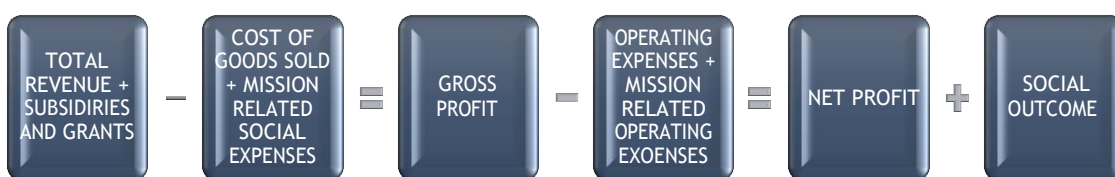
the nimble fingers of the market are very capable, to grasp the possibilities of modern society they must work together with the strong thumb of government. The thumb is crucial because there are market failures that government and only government can effectively address.” (HACKER, SEPTEMBER 23, 2016) Despite the fact that Social entrepreneurship era has begun in the 20th century, the development of social entrepreneurship is one of the biggest challenges of 21st century. Government supports business, business supports government this is an unwritten law, but the business purpose is the profit and besides the number of funds in the state budget this is not enough force for the government to solve the socio-economic problems the state faces. And here we have a new type of organizations the society created- a kind of business for achieving social goals.

The social enterprise originates from the 20th century and it differs from the ordinary business with its social character. Social entrepreneurship has as much explanation as many enterprises exist, to choose the most common form this is a business approach for social purposes. To find out the difference between social entrepreneurship and business, let's look at the following graphs:

Business:



Social entrepreneurship:



The reason for the existence of social enterprises is the mission, with the mission it differs from the profit-oriented business. For Georgian example, the country which is on its developing stage and faces a lot of social challenges, social entrepreneurship is a term which is not legally defined, accordingly, the Government of Georgia does not separate social entrepreneurship from profit-oriented business in both entrepreneurial and tax law. Now it becomes clearer from where a government has to start fundamental reforms to help the process of development of social entrepreneurship in the country:

- Legal regulation of social entrepreneurship;
- PR First of all – training, meetings, conferences, booklets etc.
- Establishment of the special institutions for permanent communication with social entrepreneurs, for defining overall goals, for monitoring the process and for achieving the objectives.
- Tax reform. Business and social enterprise, because of their character and their mission should not be taxed equally, thus the government will give more incentive the number of social entrepreneurs will increase and this itself will increase the social value in the county.

With the combination of the right PR, management and tax policy government will give society the incentive to increase social value in solving socioeconomic problems of a country. Their cooperation will be the dividing line between the social problems and mass welfare of the 21st century.

#### **References:**

1. Entrepreneurs Law of Georgia;
2. Law of Georgia tax Code of Georgia;
3. Managing the Double Bottom Line: A Business Planning Reference Guide for Social
4. Enterprises by Sutia Kim Alter
5. Social Entrepreneurship – Peter C.Brinkerhoff
6. Stephanie Tuters (2012) Wilkinson, R., & Pickett, K. (2009). The Spirit Level: Why More Equal Societies Almost Always Do Better. London: Allen Lane.,

Leadership and Policy in Schools, 11:1, 129-134, DOI: 10.1080/15700763.2011.577928

7. <https://www.nytimes.com/2011/08/24/opinion/the-value-of-government.html>

8. <http://www.nurtureeffect.com/the-value-of-government/>

9. <https://insights.som.yale.edu/insights/is-government-the-key-to-prosperity>

***Буряк А.В.***

*доцент кафедри фінансів НУБіП України*

***Дем'яненко І.В.***

*доцент кафедри фінансів НУХТ*

### **Інноваційна діяльність як основний фактор росту фінансових ресурсів**

Перехід підприємств до нової більш високої якості економічного зростання на інноваційній основі характеризує сучасний розвиток ринкового господарства. Інноваційна діяльність є ланкою між науковою і виробничою сферою, в результаті синергізму яких реалізуються техніко-економічні потреби суспільства.

Інноваційний потенціал підприємств аграрного сектору економіки багато в чому визначається розмаїтістю і ступенем виробничо-технологічної єдності виробничих одиниць, що входять до їх складу. Чим більш активну роль відіграють суб'єкти господарювання у відтворювальному процесі капіталу і чим більший ступінь інтеграції виробничих потужностей, тим вищий їх інноваційний потенціал.

Інноваційність в господарській діяльності дає потужний поштовх сільськогосподарському підприємству в зростанні його ефективності виробництва, підвищенні прибутковості й фінансової стійкості, що дозволить йому максимізувати власні фінансові ресурси (збільшений нерозподілений прибуток) для подальшого його розвитку.

Загалом інноваційний процес – це послідовний ланцюг подій, у ході якого нововведення «визріває» від первісної стадії (ідеї) до конкретного новоствореного продукту, технології або послуги й поширюється у господарській практиці.

Інноваційний процес містить у собі сім стадій, поєднання яких в один послідовний ланцюг утворює систему інноваційного процесу. Сьогодні в аграрному виробництві процес заміщення п'ятого технологічного укладу на шостий відкриває для України можливості технологічного стрибка [1].

Особливості фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності аграрного сектору економіки на сучасному етапі пов'язаний з такими чинниками як високий рівень ризиків та невизначеності, що може спричинити неповернення інвестованих в інноваційну діяльність ресурсів; істотний часовий проміжок від моменту авансування фінансових ресурсів до отримання зиску; необхідність залучення відразу великого обсягу початкових інвестицій; складність реалізації нематеріальних активів через відсутність механізму захисту прав на інтелектуальну власність тощо.

Через ризикованість впровадження інновацій для їх фінансування використовують переважно внутрішні джерела – власні кошти підприємств та залучений капітал, що під силу лише потужним ТНК, які мають можливість взяти на себе інвестиційні ризики.

На основному етапі інноваційної діяльності здійснюється впровадження наукових розробок. Фінансові ризики на цьому етапі залишаються високими, а обсяги фінансування витрат значно більшими, ніж на першому етапі. Тому переважним джерелом фінансування виступає власний капітал підприємства.

На завершальному етапі інноваційної діяльності поряд із самофінансуванням виникають такі можливості альтернативного фінансового забезпечення, як податкові стимули, банківський кредит та публічне розміщення акцій (ІРО). Податкові стимули – дієвий інструмент непрямої державної підтримки інноваційної діяльності саме на завершальному етапі

отримання перших прибутків. Надання податкових стимулів дозволить знизити прибутковим підприємствам середньозважену вартість капіталу.

Банківський кредит є ще однією актуальною формою фінансування на завершальному етапі інноваційної діяльності, коли проект починає генерувати позитивний грошовий потік від операційної діяльності. Доцільність залучення кредитних банківських ресурсів у фінансуванні завершального етапу інноваційної діяльності та експансії інноваційного продукту підтверджується як науковими дослідженнями, так і на практиці.

Публічне розміщення акцій (IPO) і облігацій для фінансування інноваційної діяльності можливе лише на етапі переходу від «зрілості» проекту до інноваційної «експансії». Така форма дозволяє залучити кошти компаніям з високим кредитним рейтингом.

Отже, вибір джерела і форми фінансування інноваційної діяльності залежить від етапів інноваційного процесу. Із наближенням до його завершення частка держави в структурі фінансування проекту поступово знижується, тоді як участь приватного капіталу зростає.

Суб'єктами фінансування інноваційної діяльності аграрних підприємств на різних етапах інноваційного процесу можуть бути такі інституції як: підприємства і організації (наукові установи, інноваційно-активні підприємства, об'єкти інноваційної інфраструктури); державні органи влади (міністерства та відомства за цільовими програмами); фонди і агентства регіонального розвитку; інноваційні фонди прибуткового і неприбуткового характеру; фінансові установи (комерційні банки, універсальні та спеціалізовані банки розвитку, інвестиційні та страхові компанії, недержавні пенсійні фонди, лізингові компанії та ін.); венчурні фонди, бізнес-інкубатори та технопарки; іноземні інвестори різних організаційних форм підприємництва; приватні особи тощо [2].

Інноватизація виробничих та бізнесових процесів забезпечить довгострокові фактори успіху, а, отже і фінансове зростання підприємства аграрного сектору економіки.

### **Список використаних джерел:**

1. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН України. – К., 2015. – 336 с.
2. Юркевич О.М. Фінансове забезпечення науково-технічної інноваційної діяльності // Фінанси України. – 2004. – № 6. – С.106–102.

***Грецька-Миргородська В.В.***

*Начальник управління інноваційного розвитку та іміджевих проєктів*

*Харківської міської ради*

### **Поведінковий підхід в питаннях формування соціально-орієнтованої економіки на рівні місцевого самоврядування**

Питаннями формалізації показників соціальної –орієнтованості економіки та порівняння їх з поточними показниками України займалися О. Потехін та О. Врадій[1], їх дослідження розвинув Черленяк І. І.[2]. Але в цих дослідженнях розглянуто самі показники, а не питання того, як вони можуть бути підняті до загальноєвропейського рівня.

Якщо розглядати агентами змін виконавчу владну вертикаль, то можливість змін присутня на рівні центрального державного управління (міністерства), на рівні областей (обласні державні адміністрації) та на рівні місцевого самоврядування. І хоча органи місцевого самоврядування мають в своєму управлінні найнижчий рівень ресурсів, але така частина питань як охорона здоров'я, освіта (дошкільна, початкова та середня), допомога людям, що потрапили в скрутне життєве становище, спрямована робота із молоддю, розвиток спорту, підтримка та розвиток підприємництва входить цілком чи повністю до сфери відповідальності органів місцевого самоврядування.

Підвищення показників, що відображають рівень соціальної орієнтованості економіки можливий за умови підвищення ефективності місцевого самоврядування як такого.

Існуючі дослідження в сфері розвитку місцевого самоврядування розглядають підвищення ефективності діяльності місцевих органів влади в основному з точки зору необхідності впровадження певних заходів [3], або прийняття нормативно-правових актів [4], впровадження певних інструментів [5].

У всіх дослідженнях проведений пошук відповідей на питання «Що треба», але питання «Як це робити» практично не розглядається.

Ці, питання, безумовно, мають важливе значення, але застосування методів, які сформульовані в поведінковій економіці дозволяють оцінити ці вимоги з точки зору прийняття рішень людьми.

Метою даної роботи є дослідження принципів діяльності органів місцевого самоврядування, як важливого інституту формування соціально-орієнтованої економіки.

Поведінкова економіка базується на розумінні, що неокласичний підхід (люди приймають рішення раціонально) на сьогодні не дає прийнятних результатів при побудові моделей. Люди приймають рішення раціонально, але зважаючи на певні «обмеження раціональності»[6], тобто людина приймає рішення не взагалі раціональні, а такі, що вона може прийняти, зважаючи на власні обмеження раціональності (уваги, інтелекту, волі та егоїзму)[7].

Як можливість для підвищення ефективності діяльності органів місцевого самоврядування розглядається такі питання як соціальне партнерство, залучення громадянського суспільства, тощо. Але ж чому дані зміни впроваджуються досить повільними темпами? Одна з причин – це невідповідність схеми впровадження саме поведінковим принципам.

В місцевому самоврядуванні, на відміну від сфери бізнесу, результатом неефективної діяльності буде не банкрутство, а ненадання певної услуги чи недонесення до городян певної інформації. Працівники виконавчого блоку органів місцевого самоврядування природньо зацікавлені працювати менше, при чому така робота веде не до банкрутства організації, а до зниження рівня

соціальних стандартів, адміністративних послуг, якості міської середовища, тощо.

Що, в свою чергу знижує вимоги до відповідних працівників.

Подолання такого підходу може бути реалізована через прив'язки винагородження до результатів роботи службовців органів місцевого самоврядування, в тому числі із можливістю отримувати значну частину коштів, що отримує чи економить від запропонованої та впровадженої інновації чи ефективної роботи підрозділу або окремого службовця.

Варто зазначити, щоосновні нематеріальні вигоди від результатів отримують не співробітники департаментів, а мер і депутати - тобто виконавчий блок місцевої влади не зацікавлений в зростанні навантаження, а значить - буде чинити опір (активний чи пасивний) додатковим нововведенням. Як варіант вирішення даного питання: 1. Взаємодія та контроль мера та депутатського корпусу (вибірних представників місцевого самоврядування) за діяльністю департаментів. 2. Формування ефективної системи фінансової мотивації. 3. Підвищення якості пропозицій (не тільки що необхідно впровадити, але й як це зробити, із зазначенням інтересу відповідних працівників). 4. Залучення додаткових ресурсів через взаємодію місцевого самоврядування та громадських організацій, освіти, науки та бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Потехін О. Україна – Європейський Союз: соціальний вимір / О. Потехін, О. Врадій [Електронний ресурс]. – Режимдоступу: <http://crsfpu.org/ua/projects/foreignpolicy/papers/0207>
2. Черленяк І. І. Про методику дослідження ідентифікації європейських соціальних стандартів//Стратег. пріоритети. – 2008. – №. 4. – С. 9.
3. Мінаєва Г. М. Механізми підвищення ефективності діяльності органів місцевого самоврядування щодо сталого розвитку громад //Теорія та практика державного управління. – 2011. – №. 2. – С. 327-333.
4. Баймуратов М. Децентралізація та компетенція місцевого самоврядування в Україні //Віче. – 2015. – №. 12. – С. 14-17.



5. Макара О. Інститут соціального партнерства як чинник розвитку соціально орієнтованої ринкової економіки //Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2017. – №. 2. – С. 37-44.
6. Simone G. A. Рациональность как процесс и продукт мышления //THESIS: Теория и история экономических и социальных институтов и систем. – 1993. – №. 3. – С. 16-38.
7. JollsC., SunsteinC. R., ThalerR. Abehavioralapproachtolawandeconomics //Stanfordlawreview. – 1998. – С. 1471-1550.

**Данников О.В.**

*к.э.н., с.н.с.,*

*«Институт экономики и прогнозирования НАНУ»*

### **Социально-ориентированное предпринимательство – катализатор развития инклюзивной экономики в Украине**

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что на современном этапе развития экономики Украины бизнес смещает акценты с получения прибыли на достижение социального эффекта. Кроме проблем производственно-технического характера, отечественный бизнес постепенно переходит к решению социальных задач, а повышение социальной ответственности – формирует деловую репутацию и положительный образ предприятия.

Социальное предпринимательство предполагает устойчивое позиционирование бренда, что является мощным инструментом конкурентной борьбы. Рост нематериальных активов позволяет привлечь дополнительные инвестиции и расширить рынок сбыта товаров и услуг. Социальное предпринимательство может снизить операционные риски, связанные с обеспечением хозяйственной деятельности предприятий в условиях турбулентности внешней среды.

В таких условиях усиливается необходимость разработки методических и прикладных подходов по максимизации социальной ценности в процессе гармонизации взаимоотношений всех субъектов товарного рынка.

В современных условиях необходимо развитие инновационного предпринимательства и поиск драйверов роста способных конкурировать в глобальном мире. Ситуация не ограничивается тривиальными решениями существующих проблем и директивными методами в экономике. Поскольку, реальная среднемесячная заработная плата в Украине постоянно снижается, что в условиях сверхвысокого уровня инфляции подрывает покупательную способность и существенно ухудшает благосостояние и уровень жизни большинства граждан страны. Потеря доходов населения резко обостряется значительной девальвацией национальной валюты. Вместе с тем задолженность населения Украины по оплате жилищно-коммунальных услуг в марте 2018 года увеличилась на 4,6% к февралю - 2018 и составила 38,5 млрд грн, что является своеобразным «рекордом» проводимой внутренней социально-экономической политики.

Согласно критериям в ООН, если человек тратит на проживание и питание менее 150 долларов в месяц, то он живет за порогом бедности. Данные недавнего исследования уровня жизни населения Украины, которое проводили эксперты ООН, констатируют, что приблизительно - 80% граждан живут за чертой бедности. Если по данным Госкомстата в 2013 году украинцы на продукты питания тратили примерно - 55% своего дохода, то сегодня эта доля уже приближается к 90%. Стоит отметить, что в крупнейших странах ЕС - Германии и Франции – доля общих расходов на продукты питания не превышает 15%, тогда как в целом в странах ЕС этот показатель в среднем составляет 20% [ 1 ].

Повышение социальной ответственности и достижение социального эффекта в процессе предпринимательской деятельности можно рассматривать, как инструмент создания благоприятных условий для развития личности,

творческих способностей и, как следствие, повышении материального и культурного уровня жизни граждан Украины.

Основными мотивами по максимизации социальной ценности в процессе гармонизации взаимоотношений всех субъектов отечественного товарного рынка, являются:

- ✓ рост благосостояния населения;
- ✓ повышение уровня занятости;
- ✓ доступность и качество услуг;
- ✓ экономическая независимость;
- ✓ взаимодействие между социальными группами;
- ✓ борьба с бедностью;
- ✓ сохранение природы и окружающей среды.

По нашему мнению, социальное предпринимательство – это деятельность, направленная на достижение социального эффекта, которая содействует решению ряда социально значимых проблем. Социально-ориентированное предпринимательство – выступает катализатором развития инклюзивной экономики в Украине, в которой любой гражданин будет иметь равный доступ к основным потребностям для поддержания своей жизнедеятельности.

#### **Список использованных источников:**

1. Данніков О.В., «Оцінка факторів ситуаційного впливу на процес формування стратегій розвитку підприємства» Вчені записки : зб. наук. пр. № 17 / О.В. Данніков // КНЕУ. – К., 2016., - с.62-73

**Дибя О. М.,**  
*к. е. н., доцент,*  
*доцент кафедри інвестиційної діяльності*  
*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*  
*імені Вадима Гетьмана»*

### **Інноваційна природа циклічних трансформацій у суспільстві**

Беззаперечним аспектом розвитку суспільства є сутнісні трансформації, які відбуваються в результаті проходження об'єктивних процесів, які лежать в основі циклічних змін. Одночасно, сучасність диктує інноваційний вектор суспільних трансформацій. Виникає потреба поєднання праць класиків економічної теорії із прикладним аспектом трансформацій в умовах сьогодення. Це зумовлює актуалізацію концептуальних досліджень інноваційної природи циклічних трансформацій у суспільстві.

Зокрема, інноваційну природу мають теорії «довгих хвиль» засновані в ХІХ ст. англійським економістом У. Джевонсом. Найбільший внесок у їх розвиток зробили М. Кондратьєв та Й. Шумпетер. М. Д. Кондратьєв прагнув створити універсальну концепцію, що здатна описати всі види циклічних коливань і може слугувати надійним інструментом прогнозування короткострокового і довгострокового розвитку економіки. Розвиток техніки є невід'ємним від еволюції великих циклів. Існує зв'язок між стадіями чотирьохфазового циклу з хвилями технологічних змін, які обумовлені наявністю науково-технічних відкриттів і винаходів, нововведеннями та економічними можливостями їх упровадження, а їх напрям та інтенсивність є функцією запитів практичної діяльності та попереднього розвитку науки і техніки [1; 2]. М. Кондратьєв відокремив дві фази циклу – висхідну та низхідну (зниження та підвищення). Зниження співпадає зі змінами базових технологій та технологічних структур, підвищення – з піднесенням економічного та науково-технічного розвитку суспільства.

Наведені дослідження формують уявлення про інновації, з одного боку, у якості статичного явища - кінцевого результату науково-виробничого циклу, а з іншого – у якості циклічного процесу, тобто механізму «творчого руйнування» існуючої економічної діяльності. Останнє із наведених розумінь сутності інновацій віднайшло своє подальше відображення у наукових доробках відомого вченого-економіста М.Д. Кондратьєва. Вчений став одним із перших дослідників питань інновацій та інноваційного розвитку. Зокрема, у 1928 році у рамках наукової доповіді «Великі цикли економічної кон'юнктури» М. Д. Кондратьєв додав до наукового обіходу поняття «довгої хвилі», що характеризує вплив радикальних технологічних змін на світовий промисловий розвиток. Зокрема, до наведеного типу інновацій відноситься створення парової машини, будівництво залізниці, діяльність у галузях електроенергетики та автомобілебудування тощо.

Інноваційний характер довгих хвиль підтверджується доробками Й. Шумпетер, який створив "інноваційну теорію підприємництва". До інновацій він відніс виробництво нових товарів, впровадження нових форм управління, удосконалення техніки та технологій. Під час здійснення інноваційної діяльності суб'єкти господарювання, у першу чергу, створюють умови для формування технологічної ренти і, як наслідок, добробуту. Сума технологічної ренти зменшується у міру того, як попередні покоління інновацій набувають форми сталої практики в економічному житті. Це зумовлює появу знижувальної хвилі. Й. А. Шумпетер стверджував про існування нескінченної кількості циклів [3]. Згідно поглядів Й. А. Шумпетера усі цикли генеруються інноваціями. Інновація є головним джерелом прибутку: "прибуток, по суті, є результатом виконання нових комбінацій", "без розвитку немає прибутку, без прибутку немає розвитку" [4].

В умовах сьогодення актуальність теорій «довгих хвиль» підтверджується наявністю ряду її авторських трактувань, зроблених нашими сучасниками. Вони дотримуються принципів класичних циклічних змін, проте дещо модернізують їх з погляду тенденцій сьогодення. Існують паралелі між довгими

хвилями класиків політичної економії, та циклами коливань сучасників. Спостерігаємо відповідність окремих фаз циклів згідно поглядів різних дослідників. Цикли Й. Шумпетера конкретизують інноваційний характер зміни довгих хвиль М. Кондратьєва. Співставлення циклів дає змогу спостерігати видову еволюцію інновацій. Фази технологічного перевороту та революції міжнародного ринку здебільшого відповідають висхідним хвилям М. Кондратьєва, фази структурної кризи та великих потрясінь – низхідним хвилям. Сучасні прогнозні показники коливань світової економіки побудовані на основі досліджень М. Кондратьєва та Й. Шумпетера, понижуюча фаза та стагнація відповідність низхідним хвилям, а підвишальної фази та вершини – висхідним.

Таким чином, основним чинником соціально-економічного розвитку в умовах сьогодення являються інновації. Процеси інноваційного виробництва, використання нової техніки, технології, нових ідей супроводжуються значним рівнем невизначеності та широким спектром проблем. Інновації реалізуються, як безпосередньо у формі виробництва, так і у вигляді надаваних інноваційних послуг, винаходів та відкриттів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пантелеєва Н. М. Фінансові інновації з позиції інноваційно-циклічної теорії економічного розвитку. / Н. М. Пантелеєва // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Збірник наукових праць. – 2011. – Вип. 33 (11). – Том 2. – С. 22 – 33.
2. Гернего Ю. О. Кредитне фінансування в інноватизації виробництва: теорія та досвід: монографія / [Ю. О. Гернего, О. М. Диба, Є. А. Поліщук.] / за заг. ред. д. е. н., проф. Диби М. І. — К.: КНЕУ, 2016. — 536 с.
3. Соболев В. О. Розвиток теорії криз: узагальнення Й. Шумпетера та сучасні підходи. /В. О. Соболев // Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка. – 2011. – Вип. 579 - 580. – Том 2. – С. 35 – 40.
4. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.

**Жмайлова О. Г.**

*Кандидат економічних наук, доцент,  
Сумський національний аграрний університет*

**Бабицька О.О.**

*Кандидат економічних наук, асистент,  
Білоцерківський національний аграрний університет*

## **Інноватизація соціальної відповідальності бізнесу**

Роль бізнесу втрачає сенс, якщо ціль його ведення не корелює з інтересами суспільства. Більше того, бізнес має швидко реагувати на зміни смаків і уподобань соціуму, відповідаючи на прості економічні питання «що виробляти?» і «для кого виробляти?». Однак, бізнес-структури, працюючи в умовах якнайшвидшої окупності витрат, часто нехтують інтересами суспільства – свідомо знижують якість продукції, демотивують найманих працівників, втрачають імідж серед партнерів, пропонуючи ринку ті товари (послуги), виробництво яких потребує найменших витрат. Все це свідчить про послаблення соціальної відповідальності бізнесу, яка, зрештою, має неабиякий вплив на здоров'я та добробут суспільства, становлячи основу сталого розвитку. А тому соціальна відповідальність бізнесу потребує нових (унікальних) підходів до методів ведення бізнесу, дослідження ринку, розробки нових видів товарів (послуг) – запровадження й реалізації інновацій.

Практика показує, що існування соціальної відповідальності бізнесу в розвинених ґрунтується не на благодійності та соціальному захисті, а в першу чергу на підвищенні інвестиційної привабливості бізнесу, формуванні позитивного іміджу серед споживачів та партнерів, зміцненні бізнес-репутації, підвищенні комерційного успіху підприємства тощо [1, с. 188]. В європейському просторі соціальна відповідальність бізнесу бере свій початок зі сталого розвитку – соціо-економіко-екологічному напрямі існування та

досягненні балансу інтересів суспільства, бізнесу та навколишнього природного середовища.

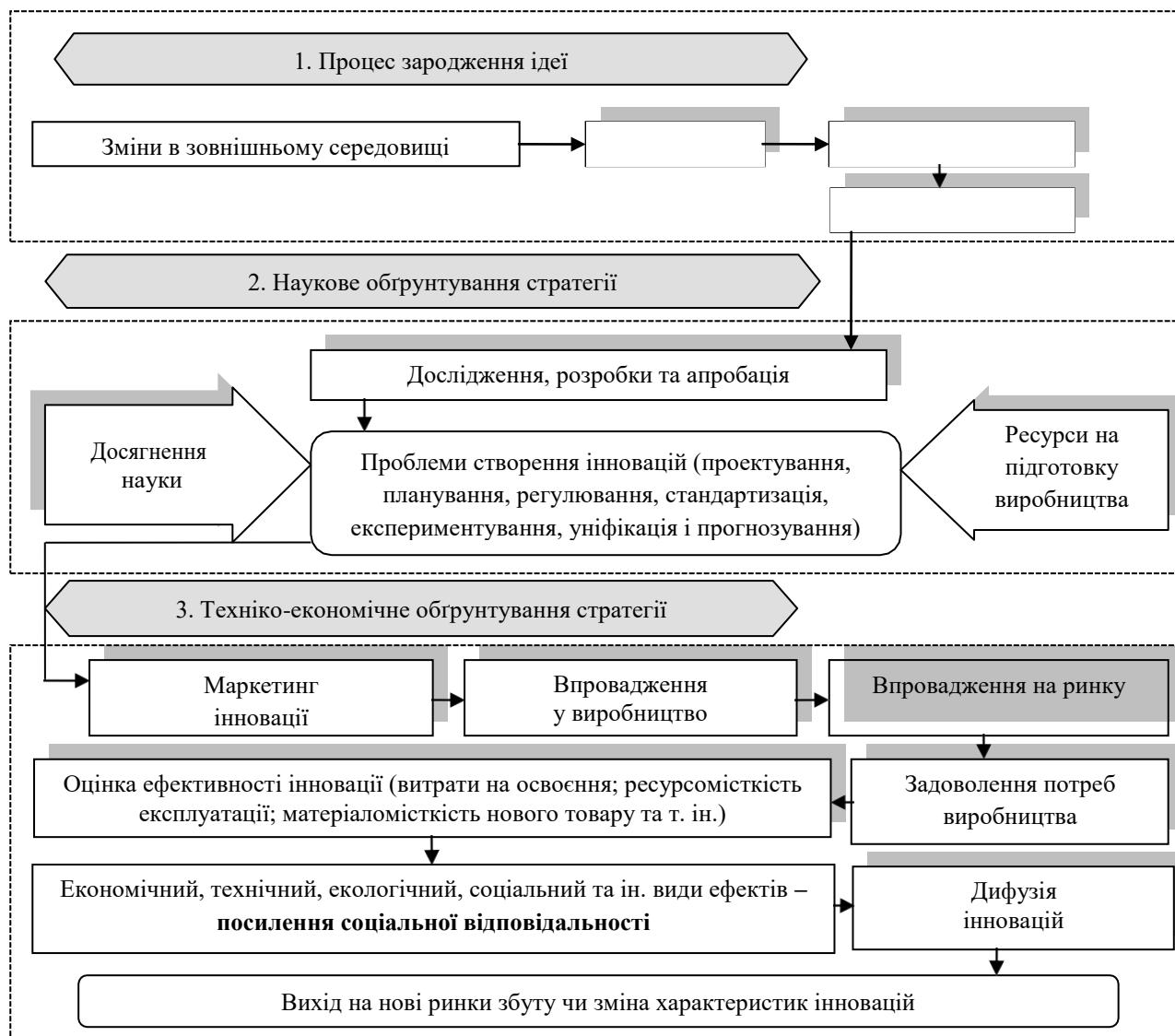
Які ж реалії соціальної відповідальності бізнесу притаманні Україні? У 2016 р. реальний ВВП на душу населення становив 1,7 тис. євро (у 2011 р. – 2,2 тис. євро); освоєння капітальних інвестицій за 2011-2016 р.р. зменшилось на 45% (12,7 та 23,1 млрд. євро відповідно); чисельність населення у 2016 р. порівняно з 2011 р. знизилась на 7% і за станом на 01.01.2017 становила 42,6 млн. осіб, до того ж у 2016 р. на 1000 осіб наявного населення кількість померлих перевищила кількість народжених в 1,4 рази. Натомість, офіційна статистика наводить інформацію про зменшення викидів та скидів в атмосферне повітря й у водні басейни [2]. Однак, такі зміни є наслідком зменшення економічної активності бізнес-структур через кризові явища в економіці. У 2016 р. кількість підприємств, які запровадили інноваційні розробки, зменшилась на 151 од. і склала 366 од. (проти 517 од. – у 2011 р.).

Соціальна відповідальність бізнесу в Україні представлена такими формами, як соціальне партнерство, благодійність, соціальне забезпечення найманих працівників, гарантії з боку держави тощо. На жаль, лише незначна кількість підприємств спроможна забезпечити молодих працівників гідними умовами житла; скористатися, наприклад, податковими пільгами, виконавши спеціальне державне замовлення; забезпечити належний розвиток взаємовідносин між найманими працівниками та роботодавцями (і державою); профінансувати екологічні чи соціальні заходи (поза межами підприємства) та ін. Утім, навіть такі форми соціальної відповідальності не дозволяють досягти балансу інтересів між суспільством, бізнесом та природою [3].

На наше переконання, інноваційна складова підприємництва повинна мати чіткий алгоритм дій (рис. 1), що складається з трьох основоположних блоків – зародження ідеї, наукового та техніко-економічного обґрунтування довгострокового плану дій реалізації інновації. Не важко помітити, що заходи прояву соціальної відповідальності бізнесу проявляються на заключному етапі – у процесі комерціалізації інновації, після одержання коштів від її реалізації.



Таким чином, посилення соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням інноваційної складової повинне, з одного боку, контролюватися державою – одного з партнерів бізнесу, а з іншого – відбуватися в умовах високої свідомості соціуму, адже фінансування соціальних ініціатив не матиме запланованого результату, якщо суспільство буде недбайливо ставитись до проведених заходів.



**Рис. 1. Алгоритм інноватизації бізнесу**

Джерело: узагальнення літературних джерел

**Список використаних джерел:**

1. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми / О.М. Головінов // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 2 (36). – С. 187-192.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Бандирська О.В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні / О.В. Бандирська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10. – С. 60-64.

*Лозова Г.М.*

*к.е.н., доцент; доцент кафедри  
економічної теорії, макро- та мікроекономіки  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

*Чеберяко О.В.*

*д.і.н., к.е.н., професор, доцент кафедри фінансів  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

### **Соціальний капітал як основа для розвитку соціального підприємництва**

В умовах децентралізації влади та створення ефективних територіальних громад проблеми формування соціального капіталу та розвитку соціального підприємництва в Україні набувають особливої актуальності. У доповіді "Децентралізація в Україні: досягнення і перспективи" було зазначено, що 2/3 громадян України очікують від децентралізації насамперед створення рівних можливостей для людей, зниження рівня корупції, а також поліпшення громадських послуг та стимулювання інноваційної поведінки [1]. Новоствореним об'єднаним територіальним громадам держава надає два важливі стимули: додаткові фінансові ресурси у вигляді субвенцій та нових фінансових надходжень; більшу самостійність органів місцевого самоврядування в ухваленні рішень і можливості розв'язувати проблеми своїх територіальних громад. Численні наукові дослідження, зокрема дослідження італійської економіки Р.Патнемом, дослідження Г.Лоури, П.Маскелла довели,

що ті регіони, де населення більш соціально активне, краще використовують надані в ході реформ повноваження для підвищення ефективності економіки та якості управління, і, навпаки, в «пасивних» регіонах якість життя та рівень управління в ході реформ різко знижуються, і пов'язане це насамперед з функціонуванням соціального капіталу.

Соціальний капітал – це міждисциплінарне поняття, що використовується в економічній теорії, психології, соціології та політології для визначення соціальних мереж та взаємозв'язків між ними. Соціальний капітал, як і людський капітал, є цінним ресурсом, складовою інтелектуального капіталу, що здатний нагромаджуватися, приносити дохід та збільшувати продуктивність праці. В умовах розвитку мережевої економіки для формування стійких конкурентних переваг на ринку людського капіталу, зокрема знань, освіти, досвіду вже не достатньо, важливими факторами стають здатність людини створювати або інтегруватися у соціальні спільноти, відкритість до спілкування, здатність створювати мережеві зв'язки, рівень довіри, що в сукупності формують соціальний капітал.

Як поняття «соціальний капітал» було введено у науковий обіг П.Бурдьє в 1983 році для позначення соціальних зав'язків, що перетворюються на ресурс. Концепція П.Бурдьє була розвинута та поглиблена П.Маскеллом, який визначає соціальний капітал як «цінності і переконання, що поділяються громадянами, якими вони керуються в повсякденному житті і на основі яких встановлюються правила поведінки»[2, с. 43]. Г.Лоури визначає «соціальний капітал як систему неформальних правил і механізмів, що діють всередині певної групи людей або навіть всередині цілої країни». У деяких науковців поняття «соціальний капітал» ототожнюється з поняття «соціальні відносини», але це суперечить економічній природі капіталу як цінності, що здатна приносити дохід. На наш погляд, поки соціальні відносини не приносять економічної вигоди, вони трактуються лише як економічний потенціал соціальної мережі економічних агентів. Отже, поняття «соціальний капітал» охоплює лише ту частину соціальних відносин, що здатні приносити додатковий дохід та підвищувати

ефективність праці. Кооперація праці, що виникає в процесі економічних відносин, забезпечує соціальні контакти як працівникам, так і підприємцям, що дозволяє їм обмінюватися інформацією, знаннями та досвідом. В середині економічної групи можливе нарощення соціального капіталу, якщо відносини між членами групи будуються на основі довіри, дотримання формальних та неформальних норм, правил, традицій та цінностей групи.

Високий рівень довіри в суспільстві, розвинена економічна культура, розвинені соціальні мережі сприяють нарощенню соціального капіталу. Міжнародними лідерами у розвитку соціального капіталу є Швейцарія, Швеція та Нова Зеландія. Низький рівень розвитку зазначених вище факторів є причиною дефіциту соціального капіталу, оскільки підриває здатність суспільства до самоорганізації і взаємодії в спільних інтересах, що є поштовхом для розвитку бюрократії та корупції. Пасивні громадяни не здатні згуртуватися та належним чином контролювати державно-бюрократичний апарат.

Розвиток соціального підприємництва як бізнесу в країні, на наш погляд, прямо залежить від рівня розвитку соціального капіталу, оскільки його основною метою є вирішення суспільних та соціальних проблем. Соціальне підприємництво базується на високій відповідальності підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосереднім клієнтом, так і перед суспільством. В даній роботі хотілося б звернути увагу на екостартап «Україна без сміття». Про необхідність сортування сміття та здавання вторсировини ми чуємо щодня, проте мало хто з нас замислюється, що збір вторсировини може приносити значні прибутки. Засновники проекту «Україна без сміття» порахували, що збираючи відходи, сортуючи та здаючи вторсировину, що продукують гуртожитки нашого університету, можна щорічно отримувати приблизно 2 млн грн. Ці гроші планується в подальшому спрямовувати на благоустрій гуртожитків, де мешкають студенти, та благоустрій студмістечка. Дане соціальне підприємство тільки розпочало свою діяльність, тому важко ще оцінювати фінансові результати, проте привчання студентів до сортування

сміття, дбайливого ставлення до навколишнього середовища має величезний соціальний та екологічний ефект.

#### **Список використаних джерел:**

1. Генсек Ради Європи пропонує закріпити реформи з децентралізації в Конституції України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[https://ukr.lb.ua/news/2017/02/02/357569\\_gensek\\_radi\\_ievropi\\_propouie.html](https://ukr.lb.ua/news/2017/02/02/357569_gensek_radi_ievropi_propouie.html)

2. Maskell P. Social capital, innovation and competetiveness // Social capital. Critical Perspectives / Eds. S.Baron, J.Field, T.Schuller. Oxford : OxfordUniversityPress, 2000. P.111

3. Loury G.A. Dynamic Theory of Racial Income Differences // Women, Minorities, and Employment Discrimination, Lexington, 1998.

***Лукьянченко В. В.***

*PhD, профессор, директор ООО «Инмайстерс»*

***Свищёва Н. С.***

*магистрант НТУ «ХПИ», маркетолог, специалист по интеллектуальной собственности, ООО «Инмайстерс»*

#### **Решение актуальных проблем в сфере здравоохранения на примере проекта «Надежда рядом»**

Приоритетом государства и каждого отдельно взятого человека является здоровье, общее оздоровление нации, продление жизни и активное долголетие.

Здоровый образ жизни, регулярные физические нагрузки, долгий сон и отказ от вредных привычек, увы, не гарантирует полного здоровья человека. Травматизм, поражения и заболевания суставов представляют собой коварную угрозу, особенно для социально незащищенных людей преклонного возраста. Самым эффективным способом лечения и восстановления целостности костной ткани в таких случаях является эндопротезирование.

Одновременно со значительной медицинской проблемой присутствует и социальный аспект: целевая аудитория потребителей имеет невысокую платежеспособность, а значит бизнес не может быть высокомаржинальным. Это отталкивает большинство украинских предприятий. Потому украинский рынок медицинских изделий для восстановления опорно-двигательной системы, главным образом, представлен дорогими зарубежными имплантатами. Высокую цену обуславливают в основном дорогостоящие технологии получения биоактивных покрытий на металлических имплантатах. Главным вопросом на сегодняшний день остается создание технологий производства массово доступных имплантатов.

Переломы костей у людей старше 50 лет являются частой и сложной травмой и являются не только медицинской, но и социальной проблемой, так как имеющиеся сопутствующие заболевания жизненно важных органов и систем и остеопороз затрудняют тактику ведения больных.

Наиболее тяжелыми и потенциально сложными в лечении и реабилитации являются переломы вертлужного участка и проксимального отдела, которые характерны для людей старшего возраста. Одним из самых эффективных методов лечения патологии суставов являются операции эндопротезирования, количество которых ежегодно растет. Если в начале 80-х годов XX века в мире ежегодно проводилось около 300 000 подобных операций, то в 2005 году только в США выполнено около 285 000[1]. Статистика разных стран мира показывает, что в среднем ежегодно в эндопротезировании суставов нуждаются 500-1000 больных и травмированных на 1 млн населения, что в пересчете на население Украины составляет 25-40 тыс. пациентов[2].

Большое количество осложнений и высокий уровень смертности после остеопоротических переломов у женщин и мужчин требует обоснованных новых методик современного эндопротезирования, адекватных возрасту больных, травме и другим индивидуальным свойствам.

ООО «Инмайстерс» имеет разработки и технологические решения по этой проблеме, проводит дальнейшие исследования по направлению улучшения и

усовершенствования изделий и технологий. Так, проект «Надежда рядом» направлен на повышение конкурентоспособности украинских научно-технических разработок, на их коммерциализацию и создание новейших эндопротезов для внутреннего рынка и выхода на внешние рынки сбыта через применение в производстве технологии создания электретных покрытий, освоение современных технологий производства, таких как 3D-печать, развитие международной кооперации для обеспечения более технологичного и менее ресурсозатратного производства. Конечная цель проекта: экологически чистая, безопасная, энергоэффективная и, что немаловажно, имеющая невысокую цену относительно импортных аналогов технология .

Главным преимуществом эндопротезов ООО «Инмайстер» является использование электретов, нанесенных на имплантаты разного назначения по собственной технологии, что подтверждено патентами (Свідоцтво на знак для товарів і послуг №№227270; 212324. Патент на винахід та корисну модель № 114926;114072;113792;113775;110490;109846;109803;108371;105602;105181;104902;104906;104907. Патент на промисловий зразок №№ 34170;34168;33155).

Покрытие стимулируют образование костной ткани, улучшают сцепление клеток с поверхностью имплантатов, повышают устойчивость эндопротезов к воздействию коррозионных и биологических сред, обеспечивает их высокое качество и ускоряет сроки лечения и реабилитации больных.

Попадая вместе с имплантатом в организм человека, электретная пленка своим полем оказывает дозированное воздействие на поврежденный орган, способствуя его лечению в оптимальных биофизических условиях. В основе этого процесса лежит естественный эффект, который заключается в том, что внешнее электрическое поле определенной величины и знака, действуя на клеточном уровне, является катализатором появления здоровых новообразований в живых тканях.

Для подтверждения эффективности было исследовано влияние структуры и свойств электронно-лучевых покрытий Ta<sub>2</sub>O<sub>5</sub> на взаимодействие клеток с поверхностью роста *in vitro*- и *in vivo*- тестах[3]. Полученные результаты

свидетельствуют о хорошей цитосовместимости электронно-лучевых покрытий Ta<sub>2</sub>O<sub>5</sub>, особенно в случае отожженных пленок стехиометрического состава.

Тантал и соединения имеют большой потенциал в биомедицинской сфере. Имплантаты на основе тантала представляют высокую вязкость разрушения, коррозии и износостойкость, химическую стойкость. В данном исследовании оказалось, что керамические покрытия Ta<sub>2</sub>O<sub>5</sub> являются перспективными биоматериалами для различных применений имплантатов и требуют дальнейшего изучения.

Компанией проводятся исследования в использовании других электретных материалов на основе металлов вентильной группы с целью снижения цены конечного продукта и еще большего улучшения их качества, тестируются 3D-прототипы различных изделий медицинского назначения с целью дальнейшего применения в лечении пациентов, а также осуществляется международная кооперация с целью улучшить качество и уменьшить себестоимость одного изделия путем рационального использования ресурсов.

#### **Список использованных источников:**

1. Orthopaedic surgeon workforce and volume assessment for total hip and knee replacement in the United States: preparing for an epidemic / R. Iorio [et al.] // J. Bone Joint Surg. - 2008. - Vol. 90-A, No. 7. - P. 1598-605.
2. Корж Н.А. Современное состояние проблемы эндопротезирования суставов в Украине / Н. А. Корж, В. А. Филиппенко, В. А. Танькут // Боль, суставы, позвоночник. - 2012. - № 1 (05). - С. 10-12.
3. The surface properties of ta<sub>2</sub>o<sub>5</sub> ceramic coatings and next correlations with cell response in vitro and in vivo tests / N. Donkov, A. Zykova, V. Safonov, V. Luk'yanchenko, D. Kolesnikov. // ВАНТ - 2013. №1(83). – С. 195-197.



*Мрачковська Н.К.*

*к.е.н., доцент кафедри фінансів*

*Національний університет біоресурсів*

*та природокористування України*

## **Інновації в сфері страхування**

Впровадження інновацій у сфері страхування на сучасному етапі пов'язано з процесами глобалізації та євроінтеграції у суспільстві. Ці процеси, спричинили підвищення конкурентної боротьби між вітчизняними та іноземними страховиками. Висока конкурентоздатність іноземних страхових компаній на страховому ринку України обумовлена великим досвідом та застосуванням сучасних інновацій. Для підвищення ефективності вітчизняної страхової сфери насамперед необхідно активізувати інноваційну діяльність.

Зарубіжний досвід впровадження інновацій дає чітке розуміння необхідності їх використання оскільки страховик повинен розуміти та передбачати потреби споживачів страхових послуг і мати можливість своєчасно реагувати на них.[1].

Інноваціями відповідно до Закону України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2002 № 40-IV є новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [4].

Страхування має специфічні особливості інноваційного розвитку. До них можна віднести наступні:

- страховик реалізує специфічний продукт (страхову послугу)у якого відсутній матеріально-речовий зміст та неналежність до послуг першої необхідності. Це ускладнює реалізацію самої страхової послуги, тому що

споживач не відчувають якості придбаних страхових продуктів до настання страхового випадку;

- відсутність патентування страхових послуг не виключає можливості копіювання популярні страхові продукти конкурентами;

- високі вимоги до платоспроможності страхових компаній та розміщення страхових резервів з боку держави.

Існують такі види інновацій у страховій сфері [2]:

-продуктові інновації – розробка нових страхових продуктів або вдосконалення існуючих;

- технічні інновації – вдосконалення методів продажу у діяльності страховика;

- технологічні інновації – зміни в організації діяльності страховика (маркетингові дослідження, нові методи аналізу).

- управлінські інновації – удосконалення, спрямовані на оптимізацію управлінських рішень (організаційна структура, оплата праці).

Сучасні види інновацій в страховій сфері представлені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

#### Види інновацій

| Об'єкт інноваційної діяльності | Вид інновації                      | Зміст інновації  |
|--------------------------------|------------------------------------|--|
| Страховий продукт              | Продуктова, технічна               | Розробка та вдосконалення страхових продуктів                                      |
| Система аквізиції              | Продуктова, технічна, маркетингова | Створення нових каналів збуту, автоматизація каналів збуту                         |
| Управлінські процеси           | Управлінська                       | Використання автоматизованих систем управління бізнес-процесами страхової компанії |
| Процеси взаємодії              | Управлінська                       | Використання нових методів PR взаємодії з зовнішнім середовищем                    |

Джерело: сформовано автором за [2].

Останнім часом на вітчизняному ринку страхування з'явилося чимало інноваційних продуктів, серед яких найбільш цікавими є програми «телеврегулювання», «автоматизація продажів страхових продуктів», «Мобільна безпека», «Домашня безпека», програма по страхуванню кібер-ризиків CyberEdge, та інші. Зокрема, такі продукти, як «Мобільна безпека» та «Екстрімбезпека», були запущені у продаж страховою компанією «Альфа Страхування» через мережу магазинів «МОУО». Це програми захисту техніки від різного роду ризиків, пов'язаних з непередбачуваними обставинами, які трапляються під час експлуатації. [3].

Отже, інновації – це ключова конкурентна перевага компанії. Знати потреби клієнтів – половина успіху, але необхідно пропонувати нові нестандартні рішення, які відрізняються від послуг конкурентів, вчитися передбачати майбутні потреби споживачів, створювати індивідуальні страхові програми.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пікус Р. В. Заколюжний В. Інноваційний розвиток страхової діяльності як основа підвищення її ефективності // ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка 2015. № 3 (168). С. 73-74.
2. Полчанов А.Ю. Теоретичні основи страхового менеджменту / Вісник ЖДТУ – 2014 -№ 2 (68) – С. 282-287.
3. Гориславець П.А., Алешко Л.А. Інновації у сфері страхування // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури 2015 [електронний ресурс]. Режим доступу: LvivPolytechnicNationalUniversityInstitutionalRepository<http://ena.lp.edu.ua>
4. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2002 № 40-IV. URL :<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

**Ніколайчук О.А.**

*к.е.н., доцент,*

*Криворізький економічний інститут*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

## **Звітність з інтелектуального капіталу підприємства як засіб підвищення соціальної цінності бізнесу**

У сучасних умовах розвитку значно посилилась увага компаній до підготовки нефінансової - соціальної звітності. Згідно із дослідженням КРМ (International Survey of Corporate Social Responsibility Reporting,) уже близько 80% найбільших 250 компаній світу публікують нефінансові звіти, а ще 4 % інтегрують інформацію про соціально-відповідальний бізнес у свою щорічну звітність [1].

Особливого значення в сучасних умовах глобалізації набуває інформація, що характеризує нематеріальну складову - інтелектуальний капітал. Інтелектуальний капітал є безальтернативним джерелом економічного зростання та соціального добробуту. Тому вимірювання, управління та публікація даних про нього набуває важливого значення.

Світова практика накопичила певний досвід зі складання звітності з інтелектуального капіталу підприємства. Так, звіти про інтелектуальний капітал, що публікуються окремими західними фірмами, є безцінним інструментом для отримання інформації про ефективність діяльності підприємства. Практика використання таких звітів за кордоном показує, що інвестори та зацікавлені сторони потребують інформації про всі активи і виробничі ресурси компанії, тому традиційна бухгалтерська звітність повинна бути доповнена інформацією про нематеріальні чинники виробництва.

Однак ці звіти містять зовсім різноспрямовані показники для аналізу, в ряді випадків не зрозумілою є методика розрахунку окремих показників, а

динаміку показників важко інтерпретувати без додаткових роз'яснень. Тому інформація, що отримана з цих звітів, стає не придатною для прийняття управлінських рішень про інтелектуальний капітал для вітчизняних підприємств.

Проведений аналіз ефективності процесів формування та використання інтелектуального капіталу на вітчизняних підприємствах показав відсутність інструментів для діагностики його стану в динаміці як в цілому, так і за окремими структурними елементами. На сьогодні відсутні форми фінансової та внутрішньогосподарської звітності, які б надавали інформацію щодо стану управління інтелектуальними капіталом.

Окрім того, діючи на сьогодні форми звітності не пристосовано для оперативного управління інтелектуальним капіталом і не дають повну картину про стан та розвиток інтелектуального капіталу на підприємстві. Так, в існуючих на сьогодні формах офіційної статистичної звітності наводиться лише часткова інформація щодо кількості персоналу, їхній якісний склад та професійне навчання, витрати на технологічні інновації, джерела їх фінансування [2].

З метою підвищення ефективності управління інтелектуальним капіталом на вітчизняних підприємствах та ліквідації вище вказаних недоліків пропонується впровадження формування публічних звітів про інтелектуальний капітал. Нами розроблено проект статистичної форми звітності з інтелектуального капіталу підприємств (табл. 1), використання якої сприятиме активізації процесів накопичення, використання та розвитку інтелектуального капіталу підприємств.

У звіті вказується оцінка інтелектуального капіталу за його структурними елементами за обліковий період. Так, людський капітал підприємства оцінюється за такими напрямками: компетенція персоналу, досвід персоналу, розвиток персоналу, інноваційна активність персоналу, відданість співробітників підприємству. Структурний капітал підприємства розглядається за наступними складовими: інноваційність бізнес-процесів, рівень

використання нематеріальних активів, рівень розвитку інформаційної системи, рівень розвитку адміністративної системи, корпоративна культура. Ринковий капітал підприємства описується в розрізі відносин з клієнтами та відносин з партнерами.

Таблиця 1

Проект форми звітності з інтелектуального капіталу підприємства

| Людський капітал   | Структурний капітал  | Ринковий капітал   |
|--|--|--|
| <p><i>Компетенція персоналу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Чисельність осіб з вищою, середньою освітою в загальній чисельності персоналу підприємства;</li> <li>2. Чисельність осіб з науковим ступенем або з двома вищими освітами.</li> </ol> <p><i>Досвід персоналу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Середній вік працівників;</li> <li>2. Середній стаж роботи на підприємстві.</li> </ol> <p><i>Розвиток персоналу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Чисельність працівників, що підвищили кваліфікацію;</li> <li>2. Чисельність осіб, що пройшли підготовку та перепідготовку;</li> <li>3. Чисельність працівників, що пройшли навчання;</li> <li>4. Витрати на навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації.</li> </ol> <p><i>Інноваційна активність персоналу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кількість винахідників та раціоналізаторів;</li> <li>2. Кількість розроблених винаходів та рацпропозицій.</li> </ol> <p><i>Відданість співробітників підприємству</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коефіцієнт плинності</li> </ol> | <p><i>Інноваційність бізнес-процесів</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Витрати на інновації та НДККР;</li> <li>2. Вартість нової продукції в загальному обсязі реалізації.</li> </ol> <p><i>Рівень використання нематеріальних активів</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вартість нематеріальних активів у балансовій вартості підприємства;</li> <li>2. Кількість використаних винаходів, рацпропозицій;</li> <li>3. Економічний ефект від винаходів (рацпропозицій) до реалізованої продукції.</li> </ol> <p><i>Рівень розвитку інформаційної системи</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Витрати на інформаційне технології.</li> <li>2. Рівень оснащення сучасними інформаційними системами.</li> </ol> <p><i>Рівень розвитку адміністративної системи</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Адміністративні витрати.</li> </ol> <p><i>Корпоративна культура</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кількість корпоративних заходів;</li> <li>2. Витрати на корпоративні заходи.</li> </ol> | <p><i>Відносини з клієнтами</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обсяги реалізації продукції в цілому по підприємству та за окремими видами продукції;</li> <li>2. Обсяги реалізованої продукції на експорт</li> <li>3. Кількість постійних клієнтів у загальній кількості клієнтів;</li> <li>4. Обсяг реалізації продукції, що споживається постійними клієнтами;</li> <li>5. Витрати на залучення, утримання і розвиток клієнтів.</li> </ol> <p><i>Відносини з партнерами</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кількість постійних партнерів;</li> <li>2. Обсяги ТМЦ, що надходять від постійних партнерів;</li> <li>3. Витрати на залучення, утримання і розвиток партнерських відносин.</li> </ol> |

Використання запропонованої форми звітності дозволить систематизувати інформацію про окремі елементи інтелектуального капіталу, відслідковувати їх зміни в динаміці, сформуванню уявлення про зроблені досягнення. Це сприятиме розумінню формування на підприємствах «ланцюжка вартості», позитивно впливатиме на ділову репутацію підприємства та забезпечуватиме більш розширене та орієнтоване на майбутнє уявлення про стан підприємства.

### **Список використаних джерел:**

1. Воробей В. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу [Електронний ресурс] / В. Воробей, І. Журовська. — 84 с. — Режим доступу : <http://www.svb.org.ua/publications/csrreporting>
2. Жураковська І.В. Відображення складових інтелектуального капіталу у звітності підприємств України / І. В.Жураковська // Облік і фінанси. - 2014. - № 1. - С. 13-19. –  
Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_apk\\_2014\\_1\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2014_1_4)

***Рєпіна І.М.***

*д.е.н., професор кафедри економіки підприємств  
ЗВО «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

***Якушева Н.В.***

*магістрант*

### **Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент у вирішенні питань суспільного розвитку**

В наш час в Україні набуває популярності і заслуговує на велику увагу новий напрям бізнесу - соціальне підприємництво. Актуальність дослідження цієї теми полягає у вирішенні соціальних проблем таких як бідність, підтримка незахищених верств суспільства, нерівномірний розподіл капіталу та ін. Соціальне підприємництво - підприємницька діяльність спрямована на інновативну, суттєву зміну у суспільстві [1]. Соціальне підприємство - це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємства спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу [2]. Отже, можна узагальнити, що соціальне підприємництво - це благодійна допомога з метою отримання прибутку для себе і суспільства. Ці підприємства можуть одночасно створювати соціальну цінність та бути прибутковими. Вони значно

знижують навантаження на бюджет держави у вирішенні суспільних проблем. У соціальному підприємництві використовуються методи венчурного бізнесу для розробки, фінансування і введення в дію інноваційних рішень для вирішення соціальних, культурних та екологічних проблем. На відміну від традиційного бізнесу, де успіх своєї роботи підприємці оцінюють прибутком, соціальний підприємець свій успіх оцінює "соціальною віддачею". Його ідея повинна змінити суспільство в цілому. Соціальні підприємці для своїх проєктів можуть отримати кошти, заключивши контракти з державою, отримуючи гранти і збираючи пожертвування. Соціальні підприємства повинні мати свою нішу в економіці та дієвий механізм суспільних змін.

У процесі реалізації соціально важливих потреб головне і визначальне місце посідають соціальні інновації. Інновації в соціальному підприємстві виступають як головний інструмент поліпшення якості життя суспільства. Інноватор ставить за мету вирішення багатьох проблем у суспільстві. Цим відрізняються інновації у соціальному підприємстві від бізнес - інновацій. Інновації створюються на основі тих ресурсів, які вже має підприємець, особливо, людських. Прикладами інновацій можуть бути такі процеси: розробка методів і технологій до джерел відкритого доступу, створення і поліпшення технологій у дистанційному навчанні, розробка забезпечення переробки пластикових відходів та ін.

Створення інновації повинно складатися з таких етапів: визначення потреби в інновації; виникнення та впровадження ідеї; випробовування інновації на практиці; підтримання інновації; поширення інновації; зміна в системі.

Слід зазначити, що питання використання інноваційного підприємництва у якості інструменту забезпечення соціальної інклюзії має як своїх прихильників так і противників. Деякі дослідження вказують на те, що технологічні нововведення на які націлено інноваційне підприємництво можуть посилювати соціальну нерівність (роботи зменшують заробітну плату людей або навіть забирають у них робочі місця) [3]. Держава при інвестуванні соціальних



інновацій має розраховувати на людські ресурси. Підприємницькі установи повинні створити місця для вільної роботи інвалідів, людей, які з певних причин не можуть знайти роботу, підтримати малозабезпечені сім'ї. Нажаль, держава не підтримує такі підприємства фінансово.

Соціальні підприємства відіграють важливу роль у створенні робочих місць і розвитку економіки. Для сучасної України це є важливим пріоритетом. Розглянемо досвід закордонних соціальних підприємців. Напрямок соціального підприємництва добре розвинений у Європі та США. Приклади закордонного бізнесу цікаві і для України. За кордоном соціальне підприємництво - це можливість працювати на користь суспільства та з користю для себе [4].

У Німеччині соціальні підприємства допомагають незахищеним верствам населення: біженцям, мігрантам, безробітній молоді, інвалідам. Соціальне підприємство "Кірон" допомагає біженцям здобути освіту дистанційно. Програма CodeDoor допомагає мігрантам здобути навички програмування на подарованих або пожертвованих ноутбуках. У Великобританії веломайстерня Peloton Liverpool реставрує старі велосипеди. Ремонтом займаються люди, які борються з алкогольною залежністю. Соціальне підприємство SolarAid допомагає забезпечити доступ до сонячного освітлення громадам Африки. Компанія постачає лампи на сонячних батареях, які дешевші порівняно з вартістю гасу, який шкідливий для здоров'я. У Бразилії InstitutodeDesenvolvimentoSustentavelMamiraua створив проект "Сонячні машини з виготовлення льоду". Він вирішує проблеми рибалок, які не мають достатньо льоду, щоб заморозити пійману рибу. В Індії власниця компанії Conserve створила процес переробки пластикових відходів, з яких виготовляє парасольки, сумки, плащі. Засновниця компанії TenThousandVillages почала продавати вироби майстрів з Пуерто Ріко на капоті свого автомобіля, таким чином, підтримуючи покращення матеріального стану жінок - майстринь.

В Україні соціальне підприємництво розвивається завдяки зусиллям окремих ентузіастів. Ключем до успіху розвитку соціального підприємництва в

нашій державі є вироблення національної стратегії розвитку. Це можна досягти завдяки спільним зусиллям підприємців, громадських організацій та держави.

### **Список використаних джерел:**

1. Вікіпедія [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://uk.m.wikipedia.org>.
2. Про соціальне підприємництво [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: [www.socialbusiness.in.ua>baza-znan/biblioteka-sotsialnoho-pidpnyemtsia/81-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo](http://www.socialbusiness.in.ua/baza-znan/biblioteka-sotsialnoho-pidpnyemtsia/81-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo).
3. Kuratko F. Donald Entrepreneurship: a contemporary approach. – 3th ed. / Kuratko F. Donald, Hodgetts M. Richard. – The Dryden Press, 1995. – P. 735.
4. Мій бізнес. Бізнес - публікації. Ідеї для бізнесу. Соціальне підприємництво [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://msb.aval.ua/news/?id=26158>.

**Савельчук І.Б.**

*канд. пед. наук,*

*доцент кафедри теорії та технології соціальної роботи*

*Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова*

### **Використання технологій зеленої соціальної роботи як механізму забезпечення сталого розвитку громади**

Трансформація теорії та сучасних технологій соціальної роботи – вирішальний чинник соціального зростання, який припускає формування нової моделі соціальної роботи. Проблеми та виклики сучасного розвитку суспільства вимагають від соціальних працівників всебічного врахування не тільки соціальних аспектів їх діяльності, але й економічних та екологічних перспектив, що відповідають концепції сталого розвитку. Цілі Сталого Розвитку повинні бути орієнтирами соціальної згуртованості суспільства щодо забезпечення інтеграції зусиль економічного зростання, соціальної підтримки

та екологічного,раціонального природокористування. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна» надає бачення орієнтирів досягнення Україною Цілей Сталого Розвитку (ЦСР), які були затверджені на Саміті ООН зі сталого розвитку у 2015 році [1]. Особливу увагу було зосереджено наспецифічних особливостей розвитку України відповідно до яких й адаптовано 17 Цілей Сталого розвитку: подолання бідності, вирішення проблеми голоду, підтримання хорошого здоров'я, якісна освіта, гендерна рівність, чиста вода та належні санітарні умови, використання відновлювальної енергії, достойні робочі місця й економічне зростання, інновації й інфраструктура, зменшення нерівності, міста та спільноти, що живуть відповідно до принципів сталого розвитку, відповідальне споживання, захист планети, забезпечення життя під водою, забезпечення життя на Землі, мир і справедливість, співпраця заради досягнення цілей.

Для досягнення Цілей Сталого Розвитку стає необхідним створення теоретико-методологічних та інституційних передумов становлення зеленої соціальної роботи в Україні. Адаптування до нових умов та принципів сталого розвитку характеризується активізацією інтеграційних форм зеленої соціальної роботи, оскільки саме концепція зеленої соціальної роботи має слугувати тим підґрунтям, яке забезпечить переосмислення ролі та значення соціальної роботи відповідно до змін в її організації. Посилення ролі зеленої соціальної роботи у процесі досягнення Цілей Сталого Розвитку, що може бути реалізовано шляхом збільшення стратегій щодо інтегрування організацій форм, формування відповідних виважених практичних моделей соціальної роботи.

Визначальним стає інноваційне спрямування зростання, що ґрунтується на активному використанні наукових знань та досягнень, стимулюванні розвитку «зелених» технологій. Так, на думку Т.В.Семигіної[2], дослідження якоївперше привернули увагу вітчизняних науковців та практиків до теоретичних й стратегічних напрямів «зеленої» соціальної роботи, саме їх втілення й орієнтовано на сприяння сталому розвитку та протидію екологічній несправедливості.

Зрозуміло, що усвідомлення ролі та значення зеленої соціальної роботи повинно відобразитися при розробці її методології та адаптації:

- *на міжнародному рівні* – співпраця з міжнародними неурядовими та підприємницькими організаціями щодо формування у населення раціонального користування природними ресурсами;
- *на національному рівні* – залучення представників влади щодо боротьби за доступність та справедливий розподіл природних ресурсів для всіх категорій населення;
- *на місцевому рівні* – зменшення негативного впливу транспорту, постачання енергії, будівництва та кількості відходів на довкілля засобами соціальної роботи;
- *на професійному рівні* – теоретизування та стратегічне планування напрямів зеленої соціальної роботи з метою популяризації глобальної ідеї сталого розвитку та отримання практичного досвіду її втілення;
- *на індивідуальному рівні* – співпраця з громадськими діячами та громадськими організаціями у сфері соціальної роботи та соціального підприємництва, які мають практичний досвід запровадження сталого розвитку громади.

Важливим є посилення ролі місцевих громад у процесах досягнення цілей сталого розвитку, які можуть бути реалізовані засобами зеленої соціальної роботи та соціального підприємництва. Саме поєднання концепцій зеленої соціальної роботи з місією соціального підприємництва збільшить зусилля з формування природоохоронних моделей поведінки та практики, стимулюють інформування, просвітницьку діяльність та освітні заходи щодо сталого споживання і виробництва, знаходження альтернативних ефективних вирішень соціальних проблем підприємницькими методами. Намагання «вирішити «старі» соціальні проблеми «новими» підприємницькими підходами пов'язують соціальне підприємництво з інновацією, а саме соціальне підприємництво називають «інновацією у соціальній сфері» [3, с. 28-29].

Отже, створення в Україні передумов становлення соціального підприємництва та використання засобів зеленої соціальної роботи як механізму забезпечення сталого розвитку громади доводить важливість спільної відповідальності щодо вирішення соціальних проблем громад та окремих її представників.

### **Список використаних джерел**

1. Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна» . – К.: Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. – 176 с.
2. Семігіна Т.В. Чому соціальна робота набуває зеленого кольору? // Вісник АПСВТ, 2018, №2. – С. 11-27.
3. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К.: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. – 188 с.

**Скрипник Г.О.,**

*к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

### **Інновації в аграрному секторі економіки України**

Одним із найпривабливіших напрямків для інвесторів є агробізнес. Адже за прогнозами ООН чисельність населення світу перетне межу 9 мільярдів до 2050 року, попит на продукти харчування на глобальному ринку зростатиме, в той час як обсяги придатних для обробітку сільськогосподарських земель у світі скорочуються. Україна ж у цьому контексті має величезні перспективи, обумовлені великими площами родючих чорноземів, відносно недорогою робочою силою, сприятливими кліматичними умовами, вигідним географічним положенням.

Ключовою умовою для розвитку агробізнесу є інновації. Провідні компанії, що займаються рослинництвом та тваринництвом, активно шукають та впроваджують високоякісні інноваційні рішення, які здатні підвищити ефективність та продуктивність діяльності. До них відносяться інтенсивні технології вирощування сільгоспкультур, використання роботизованих комплексів у тваринництві та інтелектуальне, точне землеробство.

Сьогодні агробізнес почав розвиватися на новому технологічному рівні, з'являються нові бізнес-моделі, нові бачення. Це стосується не тільки великих, але й малих виробників. Ті компанії, які звертають увагу на інновації, не лише підвищують продуктивність в умовах дорогих ресурсів, а й збільшують свою ефективність загалом. Якщо говорити про найпопулярніші сьогодні технології, то це, перш-за-все, якісний аналіз ґрунту. Це той фундамент, який дозволяє використовувати відповідні агрономічні продукти, управляти вхідними (добрива, насіння) і природними (вологість ґрунтів, клімат) ресурсами. Професійне супроводження виробничих процесів, догляд за посівами, коригування технічних операцій з використанням таких сучасних інструментів, як портативні лабораторії, супутникове та сенсорне обладнання, дозволяють економити близько 30 % вхідних ресурсів, а такі технології, як змінні норми внесення заощаджують від 40% ресурсів. Дистанційна передача даних і контроль за технікою дають можливість контролювати використання матеріалів, уникнути крадіжок. Проте ще досить мало компаній впроваджують автоматизацію.

Сьогодні Україна є одним із найбільших експортерів зернових та олійних культур, за 2017 рік експорт сільськогосподарської продукції склав 17,8 млрд дол. США, що на 16% більше ніж за 2016 рік і становить майже рекорд. Історично рекордний обсяг експорту спостерігався у 2012 році, він склав порядку 17,9 млрд дол США [1].

На тлі спадаючого обсягу загальної експортної виручки зростає частка сільськогосподарської продукції. За останні 5 років частка продукції АПК у структурі експортної виручки України зросла з 27% у 2013 році до 41% у 2017.

Проте варто зазначити, що основу аграрного експорту все ще становить експорт сировини, а саме продукція рослинного походження – пшениця, кукурудза, ячмінь та соєві боби. Частка цієї продукції в структурі становить порядку 55%.

Локомотивом нарощення аграрного експорту стало збільшення реалізації соняшникової олії на +16% (+597 млн дол. США). Україна вже декілька років поспіль є світовим лідером з виробництва і експорту соняшникової олії. В той же час, експорт насіння і плодів олійних культур зріс на +525 млн дол. США (де ключове місце займають ріпак і соєві боби), а експорт зернових культур – на +428 млн дол. США (в основному за рахунок кукурудзи)[1].

За результатами 2017 року український агросектор утримав лідируючі позиції з експорту продуктів та послуг, але йдеться про сировинуті продукти низького ступеня переробки, що зменшує потенційну маржинальність бізнесу. Саме тому інвестиції в агроінновації є вкрай важливими і необхідними.

В українських аграріїв поступово формується розуміння переваг використання програмних продуктів у своєму бізнесі на різних рівнях. Це означає, що ринок стає більшим і відкривається для нових рішень та розширення функціоналу вже існуючих. Відповідно і розробники поступово розвивають свої продукти та будують більш цілісну для споживача екосистему.

Поступово збільшується кількість людей, яким цікаво створювати проекти у сфері агро. При цьому, у стартапів зростає рівень підготовки та професійної експертизи. За останній рік декілька українських проектів потрапили до міжнародних акселераторів і вийшли на зарубіжні ринки. А саме, KRAY Technologies, AvisionRobotics, AgriEye, BIOsens, WaterCloud. А це означає, що тепер вони можуть ділитися цим цінним досвідом.

Також цього року декілька великих агрохолдингів завершили цикл випробування технологій точного землеробства у промислових масштабах. Більшість з них уже змогли побудувати інтегровану систему від картування ґрунтів до диференційованого висіву та внесення добрив. І якщо результати після завершення сезону покажуть готовність компаній до масштабування цього досвіду, то варто очікувати підвищення

платоспроможного попиту на весь спектр технологій та сервісів точного землеробства.

Отже, модернізація виробництв та інноваційні технології можуть стати рушійною силою економічного оновлення України. Вітчизняні агровиробники мають величезний потенціал, але, щоб його розкрити, потрібно «йти в ногу з часом». Поєднання автоматизованого виробництва та цифрових технологій, наукового підходу та технологічних досягнень – єдиний шлях до процвітання аграрного сектору економіки України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

***Студінський В.А.,***

*д.і.н., к.е.н, професор кафедри політекономії*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

#### **Проблеми націоналізації економіки у дослідженнях вчених сучасної політекономічної школи Київського національного економічного університету**

Процес соціалізації економіки став об'єктом дослідження практично у всіх наукових школах протягом тривалого історичного періоду і таким залишається донині. Це цілком зрозуміло, оскільки власне сама економіка є явищем суспільним і не може розглядатися поза межами соціуму. Тому проблеми соціалізації економіки, спрямованість сфери виробництва, розподілу та споживання так чи інакше розглядатимуться у розрізі задоволення людських потреб та використанню благ, спрямованості самої економічної системи в інтересах людини. Активно процеси соціалізації економіки в нинішній період,



зокрема в процесі розвитку української економіки, глибоко і різнобічно вивчають вчені політекономічної школи Київського національного економічного університету імені В.Гетьмана.

Одним із представників цієї школи є Ю.К.Зайцев, який власне і заснував цілий напрямок вивчення соціалізації економіки України в процесі її трансформації. Зокрема, він зазначає: « Соціалізація економіки, виступаючи органічною ланкою загального процесу соціалізації, знаходить свій прояв у становленні та розвитку тенденції, а згодом і закономірності, згідно з якою під впливом потреб виробництва прискорюється процес засвоєння та використання основними суб'єктами господарювання у своїх інтересах специфічної системи знань, норм і цінностей, необхідних для успішного функціонування народного господарства, соціально-економічних відносин, суспільства в цілому» [1, с.4]. При цьому акцентується увага, що зростає роль і вага кожного працівника. Дослідник, зокрема, розглядає соціалізацію економіки в еволюційній динаміці, парадигму та пізнання закономірностей цього процесу, визначає роль людського і соціального капіталу в розвитку сучасної України, економічну мотивацію, соціальну конкуренцію та партнерство, а також визначає, що одним із показників ефективного процесу соціалізації економіки України є дієвість середнього класу.

У спільних працях Ю.К.Зайцева та В.С.Савчука велика увага звертається на місце і роль соціального капіталу. На думку вчених, загальною і важливою умовою виникнення соціального капіталу є ті зміни, що в останні десятиріччя відбуваються у структурі продуктивних сил та характері праці. Як слушно зауважують Ю.К.Зайцев та В.С.Савчук, що соціальний капітал можна визначити як систему цілеспрямованих соціальних зв'язків, які виникають на рівні суспільства, на макро- та макрорівнях, яка забезпечує сталий економічний і соціальний ефект у формі зростання доданої вартості, прибутку та добробуту всіх учасників цих відносин» [2, с.155].

Інституціональні процеси соціалізації економіки через призму власності, управління та функціонування влади доволі об'ємно і глибоко вивчав

В.Д.Якубенко. Особливо варто відзначити методологічні дослідження автора в контексті функціонування економічної влади [3, с.122-138]. Автор представлених тез в окремих дослідженнях зробив спробу розглянути питання соціальної справедливості через систему економічної поведінки суб'єкта у його багатофункціональному вимірі. Зокрема, соціальна справедливість розглядається у контексті надання та гарантії рівних можливостей у визначенні своєї економічної поведінки в системі господарювання [4, с.232-239]. Подібних питань торкався у своїх дослідженнях А.Г.Котенок, який розглядав поєднання ринкової і соціальної справедливості через діалектику розвитку сучасних економічних систем [5]. Доволі цікавий аспект предмету соціалізації через поведінкову економіку розглядає А.В.Кудінова. Зокрема це стосується екологічного аспекту в системі регулювання споживчих відносин [6]. Також заслуговують на увагу дослідження О.М.Москаленко, яка здійснила комплексні дослідження значення соціалізації як такої в контексті випереджаючого економічного розвитку. Зокрема, вона звернула увагу на роль революційних інноваційних процесів та формування відповідного інституційного соціально-економічного середовища [7, с. 404-416].

Таким чином, навіть короткий аналіз досліджень вчених-політекономів КНЕУ свідчить про фундаментальну і серйозну діяльність в частині вивчення процесів соціалізації економіки в її багатоаспектності, багатофакторності та всебічності. До того ж визначені окремі напрямки розробки даної проблематики в перспективі, що сприяє розвитку сучасної політекономічної науки в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Зайцев Ю.К. Соціалізація економіки України та системна трансформація суспільства: методологія і практика. – К.: КНЕУ, 2002. – 188 с.
2. Зайцев Ю.К., Савчук В.С. Сучасна політична економія (проблеми та інституціональне поле предмета і методології дослідження). – К.: КНЕУ, 2011. – 337 с.
3. Якубенко В.Д. Власність, економічна влада та управління: навчальний посібник. – К.КНЕУ, 2011. – 373 с.

4. Студінський В.А. Економічна поведінка в трансформаційній економіці: Курс лекцій. – К.: Фенікс, 2010. – 264 с.
5. Котенок А.Г. Форми проекту діалектики ринкової і соціальної справедливості у розвитку сучасних систем // Стратегія економічного розвитку України. – 2012.- № 31. – С.17-23.
6. Кудінова А.В. Проблеми державного регулювання споживчих відносин: екологічний аспект // Економіка та держава. – 2015. - № 7. – С.37-39.
7. Москаленко О.М Теорія і модель випереджаючого економічного розвитку в системі суспільних стратегічних потреб. – К.: КНЕУ, 2014. - 550 с.

***Терлецька Ю.О.***

*к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

***Ємець Ю.М.***

*магістр кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

### **Інновації як чинник конкурентоспроможності промислових підприємств**

На сучасному етапі функціонування промислових підприємств важливу роль у забезпеченні економічного зростання відіграє інноваційний розвиток. Як свідчить світова практика, суб'єкти господарювання, які здатні створювати новачі та застосовувати їх у виробництві нових товарів або послуг, необхідних споживачу, здобувають стійкі конкурентні переваги, що дають їм можливість успішно розвиватися на ринку, не зважаючи на загострення кризових явищ в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Проблеми, що підштовхують підприємства до пошуку, розроблення та впровадження інновацій, спричинені неперервним розвитком науки і техніки, появою нових знань, які формують нові потреби та пропонують кращий спосіб їхнього задоволення. Усвідомлення

того, що відсутність належної уваги до інноваційної діяльності гальмуватиме розвиток суб'єкта господарювання, призведе до технологічного відставання, послабить його ринкові позиції, є постійним стимулом для керівництва підприємства. Лише шляхом цілеспрямованого новаторства, систематичного пошуку змін та аналізу можливостей, своєчасного впровадження нововведень можна постійно удосконалювати діяльність суб'єкта господарювання, а також підвищувати його імідж та конкурентоспроможність.

Здатність суб'єкта господарювання активно впроваджувати інновації підвищує його шанси у конкурентній боротьбі та створює суттєві різнопланові переваги. Інноваційні завдання передбачають зниження витрат виробництва, удосконалення якості товарів та послуг, виведення на ринок нових видів продукції, формування нової стратегії збуту, яка сприяє підвищенню зацікавленості споживачів до нової продукції.

Все більшої актуальності у нинішніх умовах господарювання набуває активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому та світовому ринках. За підсумками економічного форуму у Давосі, який відбувся 23-26 січня 2018 року, міжнародні експерти склали звіт, який оцінював глобальний індекс конкурентоспроможності. В опублікованому рейтингу «Global Competitiveness Index 2017-2018 Rankings» серед 137 країн Україна за вказаним показником у 2017 році посіла 81-е місце порівняно з 85-им місцем у 2016 році. Незважаючи на те, що за останні чотири роки рейтинг України за глобальним індексом інновацій покращився на 21 пункт (Україна у 2017 році посіла 50-е місце у порівнянні з 71-им у 2013 році), інноваційна складова економіки України є нестабільною. Такий стан речей значно ускладнює реалізацію завдань, передбачених «Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020». Стратегія передбачає досягнення 25 ключових показників, що оцінюють хід виконання реформ та програм, третій з яких встановлює, що «за глобальним індексом конкурентоспроможності, який розраховує Всесвітній Економічний Форум (WEF), Україна увійде до 40 кращих держав світу» [3].

Узагальнюючи результати проведеного аналізу та прогнозу, можна сформулювати перелік найгостріших проблем у сфері інноваційної діяльності в Україні: зменшення кількості підприємств, які займаються інноваційною діяльністю; суттєвий дисбаланс інноваційної активності суб'єктів господарювання по регіонах України; недостатня ефективність інноваційної діяльності, яка є результатом зниження обсягів реалізованої інноваційної продукції внаслідок слабкої зацікавленості підприємства у впровадженні технологій інноваційного характеру з огляду на неспроможність їхнього придбання; відсутність повноцінних зв'язків між науковою сферою та виробництвом; інноваційна діяльність в Україні потребує міжгалузевого технологічного обміну, зміцнення зв'язків виробничих підприємств з університетами та науково-дослідними інститутами, розвитку міжнародної науково-технічної кооперації, венчурного інвестування у нові прогресивні розробки, створення інноваційної інфраструктури [2].

Реалізація базової стратегії підприємства повинна неодмінно включати елементи інноваційності, хоча масштаби та напрями інноваційної діяльності можуть будуть різними. Загалом інноваційна політика суб'єкта господарювання повинна передбачати: ставлення до інновацій як до можливості здобути конкурентні переваги; сприйнятливість суб'єкта господарювання до інновацій; розуміння інновації як явища сфери попиту та спрямовування інноваційної діяльності на прогнозування змін у попиті (інноваційне прогнозування); систематичний моніторинг ефективності інноваційної діяльності.

З викладеного вище можна зробити висновок про те, що інноваційна політика суб'єкта господарювання повинна формувати пріоритети інноваційного пошуку та створювати мотиваційний механізм для підвищення сприйнятливості підприємства до інновацій з метою забезпечення його конкурентоспроможності. Основними напрямками інноваційної політики, покладеної в основу стратегії розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності, на наш погляд, є наступні позиції: активне впровадження дослідно-конструкторських робіт у господарську практику;

систематичне оновлення асортименту продукції підприємства; посилення інноваційного характеру інвестиційних програм і проектів; підвищення конкурентоспроможності продукції та суб'єкта господарювання шляхом активізації інноваційної діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Карюк В.І. Стимулювання інноваційної діяльності підприємств як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки / В.І. Карюк // Теоретичні та прикладні питання економіки. - 2011. - № 24. - С. 362-367.
2. Коць О.О. Сучасний стан інноваційної діяльності в Україні та шляхи її активізації / О.О.Коць, Т.І.Свідрик // Вісник ЧТЕІ КНТЕУ, 2014. - Вип. 1 (53). Економічні науки. – С.279-289.
3. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»:[Електронний ресурс]. - Режим доступу:<https://nfp.gov.ua/files/sector/Strategy2020updUA.pdf>

***Тітенко З.М.***

*к.е.н., асистент кафедри фінансів*

*Національний університет біоресурсів*

*та природокористування України*

#### **Інноваційний розвиток підприємств України**

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів і послуг, як на національному та міжнародних ринках виникає питання прискорення інноваційних процесів на підприємствах України. Потрібно розуміти, що в ринкових умовах господарювання інноваційна діяльність є гарантією високоефективного розвитку бізнесу. Очевидні переваги застосування досягнень науки змушують підприємства нарощувати інноваційний потенціал та використовувати прогресивні, високотехнологічні процеси розробки товарів та послуг.

На сьогодні інноваційний шлях розвитку є невід'ємною або навіть визначальною складовою економічного зростання будь-якої країни світу. Досвід інших країн [1] засвідчує, що лише за умови широкого впровадження інноваційних розробок можливо наповнити як український, так і світовий ринки конкурентоспроможною продукцією вітчизняного виробництва. У зв'язку з цим вкрай необхідним є процес інноваційного заміщення, оскільки розвиток національної інноваційної системи багато в чому залежить від можливостей держави вчасно мобілізувати свій внутрішній інноваційний потенціал.

Потрібно розуміти, що підприємство орієнтоване на інноваційний тип розвитку, повинно постійно змінювати свої елементи (стратегії, структуру, процеси, продукти, персонал). Тіснішим стає взаємозв'язок між стратегічною та інноваційною діяльністю в умовах загострення конкурентної боротьби, підвищення ролі автоматизації управління, скорочення тривалості процесів розробки та впровадження нових продуктів[2, с.86].

Варто відмітити, що у 2017р. інноваційною діяльністю в промисловості займалися 759 підприємств, або 16,2% від загальної кількості. Серед регіонів найбільше інноваційно активних підприємств в Харківській, Тернопільській, Миколаївській, Черкаській, Кіровоградській, Івано-Франківській, Запорізькій, Сумській областях та м. Києві.

Інноваційний розвиток підприємств передбачає не лише продуктивні і технологічні інновації, які в зв'язку з недостатністю ресурсного забезпечення мають ряд проблем щодо їх впровадження, але й управлінські, маркетингові та організаційні інновації. Потрібно розуміти, що в умовах сьогодення даний вид інновацій може стати передумовою стійкого розвитку підприємств, а також прискорити нарощення складових інноваційного потенціалу, що забезпечить інноваційний розвиток підприємства.

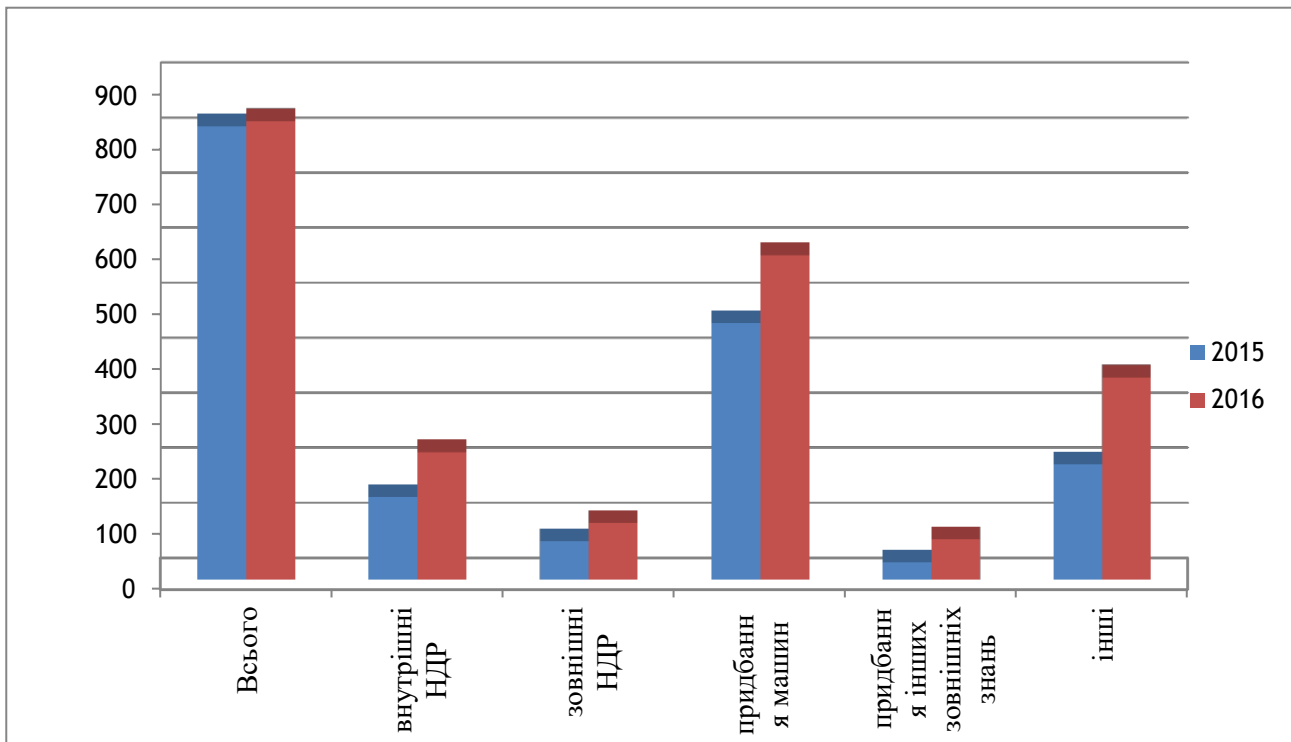


Рис. 1 Інноваційна діяльність промислових підприємств за напрямками проведених інновацій

Джерело: сформовано автором за [3]

Дослідженнями встановлено, що основними напрямками інноваційної діяльності підприємств України, є придбання машин, обладнання та програмного забезпечення для виробництва нових продуктів та послуг, крім того їх частка в 2016 році в порівнянні з 2015 роком зросла (рис.1).

Потрібно розуміти, що для зміцнення конкурентних позицій підприємств, перш за все, потрібно модернізувати їх виробничі потужності, що неможливо без належного фінансування інноваційної діяльності. Проте фінансування інноваційної діяльності підприємств здійснюється, переважно, за власний рахунок, що стримує впровадження інноваційних технологій.

Отже, реалізація напрямків інноваційної діяльності в Україні сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємств, а також сприятиме залученню додаткових інвестицій.



### Список використаних джерел:

1. Марченко О. В. Визначення необхідних і достатніх умов для інноваційного розвитку підприємства // Актуальні Проблеми Економіки. 2008. № 6. С. 158-164.
2. Громика Р.П. Теоретичні засади інноваційного розвитку підприємства // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2013. № 5 (61). С.83-87
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу [www.ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/).

**Ховрак І. В.,**

*к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і фінансів,*

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського*

**Козицька Т.В.**

*студентка,*

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського*

### Інвестиції в мистецтво чи мистецтво інвестицій?

Арт-інвестування є оригінальним та відносно надійним способом довгострокових вкладень. Об'єктами такого інвестування виступають твори живопису, графіки та скульптури, фотографії, антикваріат, кіно, музичні твори та театральні постановки. На теперішній час у законодавстві України не має визначення твору мистецтва, але це він є об'єктом інтелектуальної власності, які перелічено в ст.20 Цивільного кодексу України від 16.01.2003 за №435-4 [1].

Колекціонери інвестують у мистецтво більше за інших. Крім вкладення та прибутку, вони отримують престиж, можливість впливати на соціальні та культурні процеси, статус прогресивної особистості. Такі інвестиції в період економічних криз також додають виняткової стабільності та надійності. З факторів ризику такого інвестування виділяють складність оцінки вартості

мистецьких об'єктів, неможливість застосування стандартних інструментів фінансового та інвестиційного аналізу, непрозорість ринку, відсутність надійних джерел інформації про угоди, що здійснюються, спекулятивний рейтинг оцінки, конфлікти інтересів [2]. Професор Принстонського Університету Джон Малріджем склав рейтинг серед видів мистецтва, який наведено на рис. 1.



Рис. 1. Розподіл творів мистецтва за рівнем прибутковості

До творів мистецького інвестування висуваються такі вимоги: відкритий доступ до арт-твору на ринку; ціна твору має потенціал до зростання у часі; фізичний стан твору, який дає можливість зберігати його не менше 10 років; легальність твору; його оригінальність.

Подібні інвестиції є роботою на довгу перспективу. На думку міжнародних арт-консультантів, оптимальний строк інвестування повинен становити 5-10 років, при цьому 5-10% річного збільшення ціни.

Так, полотно постімпресіоніста Поля Сезанна «Кар'єр Бібемус» передостанній володар придбав за 3,19 млн дол. Після трьох років володіння картиною він виставив її на аукціон «Сотбіс». Ціна продажу становила 6 млн дол. Після вирахування комісії продавця чистий прибуток досяг 2,76 млн – відповідно 27,75% річних. Отже, полотно «Спаситель світу» Леонардо да Вінчі, що було продане в Нью-Йорку 16 листопада 2017 за \$ 450,3 млн., через 5 років зі щорічним збільшенням на 10%, буде коштувати приблизно \$659,3 млн.

Вкладення коштів у мистецтво є далекоглядними інвестиціями і на них складно отримати швидкий дохід. Проте навіть у кризу воно майже не втрачає

своєї ціни. Арт-ринок в Україні на разі лише зароджується та формується, але слід зазначити, що останніми роками стає популярнішим серед молодих колекціонерів.

### **Список використаних джерел:**

1. Закон про авторське право і суміжні права. ст. 20 Цивільного кодексу України від 16.01.2003 за №435-4. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>.

2. Огляд ринку. Інвестиції в мистецтво [Електронний ресурс] // Бізнес-публікації.–2017.– Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=27121>.

***Циганова Н.В.***

*канд. ек. наук, доцент, доцент кафедри банківської справи  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **Соціальне значення банківських інновацій**

В основі інноваційного розвитку економіки лежить зростання ефективності на основі науково-технічного прогресу та підвищення продуктивності праці. Дія механізмів ринкового регулювання економіки спрямована на витіснення з ринку економічних суб'єктів, продукти яких мають низьку якість, завищену ціну, морально застарілі, не відповідають постійно зростаючим потребам споживачів. Саме тому на ринку банківських послуг відбуваються постійні зміни: з'являються нові послуги і банківські продукти, змінюються потреби і попит споживачів, одні банки створюються, інші – ідуть з ринку, не витримавши конкуренції.

В основі появи і розвитку банківських інновацій лежать прагнення до більшого прибутку, конкуренція, зміни технології. З розвитком інформаційних технологій банківське обслуговування клієнтів відбувається з використанням телекомунікацій, мережі інтернет, банкоматів та платіжних терміналів тощо.

З'являються цифрові гроші та віртуальні банки, термінали для розрахунків та системи безконтактних платежів [2]. Поява інновацій у банківській сфері є результатом розвитку банківських технологій.

На нашу думку, під банківськими інноваціями слід розуміти нові або удосконалені банківські технології, послуги, продукти, організаційні форми, які є результатом інноваційної діяльності і несуть у собі позитивний ефект для функціонування банку як економічного суб'єкта. Наявність економічного чи соціального ефекту, який покращує фінансові результати діяльності банку, його імідж, рейтинг, конкурентні позиції тощо, є важливим критерієм інноваційного процесу.

Для діагностики інноваційних процесів важливо розуміти характеристики інновацій, до яких відносять нові споживчі якості банківських послуг та продуктів, застосування новітніх банківських технологій, позитивний вплив на будь-який із перерахованих параметрів банку: обсяги діяльності, фінансовий результат, ринковий сегмент, рейтинг, імідж, клієнтська база, наявність ризиків запровадження інновацій, зміни організації бізнес-процесів банку тощо.

У якості банківських інновацій можуть виступати нові послуги, продукти, фінансові інструменти (наприклад, платіжні картки або електронні гроші), технології, система відносин з клієнтами, канали просування послуг, канали комунікацій, організація бізнес-процесів. Скорочення життєвих циклів банківських продуктів також робить банки схильними до інновацій. Патентна незахищеність банківських послуг прискорює інноваційні процеси у банківській галузі. Більшість вітчизняних банків переважно орієнтовані на запозичення, копіювання інновацій, а не створення принципово нових. Цьому сприяє відсутність патентної захищеності банківських інновацій та масове проникнення на вітчизняний ринок зарубіжного банківського капіталу. При цьому банки отримують позитивний ефект від запровадження інновацій, не відволікаючи суттєві ресурси на їх розробку та уникають інноваційних ризиків.

Метою запровадження банками інновацій може бути покращення параметрів банківських послуг з метою більш повного задоволення потреб

клієнтів для отримання додаткових конкурентних переваг і розширення ринкового сегмента; розробка нових послуг і продуктів для впливу на попит споживачів і створення нових сегментів ринку банківських послуг (нових ринкових ніш), де банк буде домінувати; удосконалення банківських технологій для оптимізації витрат і зниження собівартості банківських послуг; удосконалення організаційної структури і управлінських процедур, підвищення мотивації персоналу, для забезпечення стабільного і ефективного функціонування банку. Часто запровадження банківських інновацій не передбачає швидкого і безпосереднього економічного ефекту. Для банку важливо формування певного іміджу в очах клієнтів, формування довіри та певних взаємовідносин з клієнтами [1, с. 503-507.].

Оцінюючи результати запровадження інновацій у банківській діяльності, слід враховувати фінансовий, маркетинговий, технологічний та соціальний ефект. Останній полягає не лише у підвищенні якісних параметрів задоволення потреб клієнтів у банківських послугах. Соціальна результативність банківських інновацій може визначатися зростанням суспільної довіри до банків, підвищенням фінансової грамотності клієнтів та розвитком персоналу, формуванням мережі суспільної інформаційної інфраструктури тощо. Інноваційні пріоритети у розвитку банків роблять їх більш чутливими до соціальних потреб та сприяють розвитку соціальних комунікацій. Асортиментна лінійка банківських продуктів і послуг також стає більш соціально спрямованою: з'являються нові види кредитів на освіту та інші соціальні потреби.

Однак розвиток банківських технологій та інновацій несе і певні ризики для суспільства. Поширення інформаційних технологій та дистанційного банкінгу породжує фінансову кіберзлочинність. І соціальна відповідальність банків має полягати у забезпеченні збереження даних клієнтів, їх коштів. Банк має брати на себе відповідальність щодо захисту інтересів клієнтів і виходити з пріоритету правоти клієнта та відповідальності банку при виникненні нестандартних ситуацій. І це має бути не лише добра воля банку, а й державна

політика у даній сфері, втілена у конкретних нормативних актах НБУ та відображена у законодавстві. Соціальна відповідальність банків має поширюватися і на захист інтересів персоналу в умовах перманентного запровадження банківських інновацій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Творення простору суспільної довіри в Україні ХХІ століття : матеріали Міжнар. Науково-практ. конф., м. Львів, 17-19 лютого 2016 р. / відп. ред. С.М. Аржевітін. – К. : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – 523 с.
2. Циганова Н. Дистанційний банкінг як інноваційна конкурентна перевага на ринку фінансових послуг / Н. Циганова, Т. Шалига // Вісник НБУ. – 2012. - № 10. – С. 30-35.

### **Секція 3. Соціальне підприємництво за умов співпраці громадських та неурядових організацій**

**Банищikov П.Г.**

*к.е.н., доцент, професор кафедри стратегії підприємств  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

**Паздрій В.Я.**

*к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств ДВНЗ «Київський  
національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

**Урамова А.В.**

*Студентка,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

#### **Досвід запровадження дисципліни «Соціальне підприємництво» з використанням практично орієнтовного підходу до формування компетентностей через реалізацію проектів**

Завданнями сучасної підприємницької освіти у ВНЗ є, по-перше, надання студентові всіх можливостей для самореалізації в підприємстві, по-друге, творення власне українського, прогресивного й ефективного підприємницького менталітету[1]. Дисципліна «Соціальне підприємництво» сприяє реалізації вказаних завдань, а отже, відіграє важливу роль у підготовці майбутнього підприємця.

У західній економічній літературі соціальний підприємець розглядається як «агент змін у соціальному секторі, який діє через місію створення й підтримки соціальної цінності кожної людини, визначення та постійний пошук нових можливостей для здійснення цієї місії, постійного процесу інновації, сприйняття та навчання, незважаючи на обмеженість наявних ресурсів,

відповідальності перед тими, з ким працює, та за наслідки своєї діяльності» [2]. Питання соціальних змін та активної участі в них корпоративного сегменту в сучасних вітчизняних реаліях є першочерговим. Отже, соціальне підприємництво має стати невід'ємною частиною підготовки підприємця в економічному ВНЗ. Значення дисципліни «Соціальне підприємництво» для підготовки майбутнього підприємця полягає в тому, що вона не лише ознайомлює студентів із сутністю соціального підприємництва, формує теоретичні і прикладні навички його ведення, а й дає уявлення про вирішення соціальних проблем за допомогою бізнесу в цілому.

Дисципліна «Соціальне підприємництво» передбачає формування теоретичних основ, умінь і навичок зі створення соціальних підприємств, що відображає сучасні тренди ведення підприємницької діяльності. Навчальна дисципліна «Соціальне підприємництво» знайомить студентів із специфікою відкриття соціальних підприємств і їх місце серед інших видів діяльності, що формує початкову уяву про підходи до реалізації соціального підприємництва, а також дозволяє зрозуміти його місце і значення серед інших видів діяльності. Таким чином, послідовний цільовий виклад основних питань курсу допоможуть студентам другого курсу отримати теоретичні і прикладні навички у веденні соціального підприємництва

Вивчення соціального підприємництва у ВНЗ формує цілу низку необхідних майбутньому суб'єкту підприємницької діяльності компетенцій, включаючи вміння виявляти проблеми, визначати цілі, оцінювати альтернативи, обирати оптимальний варіант, оцінювати результати та наслідки прийнятого управлінського рішення. Завдяки даній дисципліні студент може навчитися приймати ефективні рішення, у т. ч. в умовах невизначеності та ризиків.

Набуваються цінні навички комунікації, групової роботи, аналізу, проектування й управління проектами. Формується вміння ефективно виконувати взяті на себе обов'язки, своєчасно отримувати якісні результати, виявляти ризики й управляти бюджетом.



Студентами II курсу у навчальному 2017/2018 році було реалізовано соціально направлений проект організації ярмарки з продажу хлібо-булочних виробів (пончиків з начинками) для збору коштів для дітей з інвалідністю. Була використана спрощена бізнес-модель, коли придбаний товар у постачальника, а продано з відповідним сервісом і націнкою.

Для реалізації соціального проекту було надано інвестицій у розмірі 2000 грн., а в першому корпусі та в гуртожитках КНЕУ адміністрацією було надано дозволи й необхідний інвентар (столи, стільці) та виділено місця для продажу товару. Адміністрація гуртожитків всіляко сприяла і намагалася максимально задовольнити всі прохання студентів. Загальна сума чистого прибутку з урахуванням благодійних внесків становила 2505 грн, що було передано у відповідний фонд. Робота студентів у реальному проекті дозволяє студентам отримати такі важливі компетентності як: здатність аналізувати, проектувати та здійснювати міжособистісні, групові та організаційні комунікації, здатність приймати участь в проектуванні організаційних дій, вміння ефективно виконувати обов'язки тощо.

Загалом, соціальне підприємництво - розповсюджений метод ведення бізнесу в зарубіжних країнах, та ще не зовсім відомий та не має особливої підтримки уряду в Україні. Ця дисципліна є новою для Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана. Але вже зараз викладачі надають широкий спектр сучасної інформації, яку складно знайти в Інтернеті. Ця дисципліна, за словами самих студентів, насамперед розвинула почуття командного духу, хоч це і складно, бо у всіх різне бачення, але дуже є важливим той аспект, що треба прийти до єдиної думки. По-друге, сформувала уявлення про соціальне підприємництво. Це підприємство з людським обличчям. Це саме те, що хоче бачити в Україні сучасна молодь, тому нам так сподобалася ця дисципліна. Цікаво було реалізовувати проект, саме те почуття, що студент може чимось допомогти і надає йому крила.

### Список використаних джерел:

1. Романовський О.О. Шляхи впровадження інновацій, підприємництва та підприємницької освіти в системі національної освіти України :Монографія. – Вінниця, Нова Книга : 2010. – 416 с.
2. Dees G. The Meaning of Social Entrepreneurship [Electronic resource] / G. Dees. – Durham : Duke University, 2001. – Mode of access: <http://www.labforculture.org/en/resourcesfor-research/contents/research-in-focus/social-entrepreneurship/research-mapping/the-meaning-of-social-entrepreneurship>. – Title from the screen.

**Бортнікова Л. П.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри політичної економії*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

### **Державна підтримка розвитку соціального підприємництва в Україні**

Соціальне підприємництво сприяє зростанню національного багатства та ефективності використання економічних ресурсів, оскільки воно спирається на невикористані приватним підприємництвом або державними програмами матеріальні і людські ресурси. По-перше, вони збільшують рівень соціалізації певних прошарків населення, які фактично виключені із суспільного життя з різних причин. По-друге, воно розвиває ініціативу і відповідальність людей за рамками звичайного бізнесу.

Соціальне підприємництво (далі – СП), по-перше, СП ґрунтується на соціальних проектах, які охоплюють наступні верстви населення: безробітні, бідні, інваліди, молоді сім'ї, домогосподарки, самотні матері, юнаки, діти, пенсіонери, ветерани війни, колишні в'язні, наркомани, психічно хворі. По-друге, СП має досить вузьку галузеву сегментацію, охоплюючи побутову сферу, а також деякі галузі виробничої сфери. По-третє, СП тісно переплетено з

приватним бізнесом, оскільки багато соціальних проектів були ініційовані підприємцями або тими людьми, які вийшли з приватного підприємництва.

В широкому розумінні, поняття «соціальне підприємництво» не можна відокремити від класичного підприємництва, оскільки бізнес не може бути поза суспільства, асоціальним, він є органічним компонентом суспільного життя. Водночас, соціальне та економічне розділяються в державній політиці і діяльності людей. Оскільки цей термін запозичений з іноземної літератури, то його тлумачення є дуже вільним, а іноді парадоксальним. І. В. Березик зазначає, що соціальне підприємництво знаходиться на стику традиційного підприємництва та благодійності. Соціальне підприємництво бере від благодійності соціальну спрямованість діяльності, а від бізнесу – підприємницький [1, 26]. Виходячи з тлумачення СП Долуда Л. та ін. [3], ми вважаємо важливим відзначити ключові ознаки СП: по-перше, окупність (рентабельність) проекту, що не виключає збитковості на старті і не означає орієнтацію на прибуток як головну мету; прибуток не споживається, а спрямовується на нові інвестиції; по-друге, отримання соціального ефекту у вигляді вирішення соціальних проблем сьогодення для регіону або суспільства в цілому; соціальні цілі повинні бути прописані у статуті організації або в інших документах, які приймаються засновниками і є обов'язковими до виконання.

До СП не відносяться благодійна діяльність або разові акції комерційних підприємств, приватних осіб, державних органів. Спонсорство може бути спрямоване як на пряму допомогу (подарунки, проведення ремонту), так і на фінансування соціальних проектів. Таке фінансування може бути разовим (стартове) або систематичним. Проте багато соціальних проектів є самодостатніми, реалізуються за рахунок спільної праці учасників, їх власних заощаджень без допомоги спонсорів. Багато СП фінансується за рахунок грантової допомоги або пільгових кредитів. Наприклад, Ощадбанк спільно з Western NIS EnterpriseFund видав черговий соціальний кредит у рамках програми «Соціальне підприємництво» [2]. Його отримав Центр трудової

реабілітації інвалідів «Друкарський дім» з Краматорська для придбання поліграфічного обладнання. На даний час у «Друкарському домі» працює 11 людей, 4 з них – з інвалідністю. Переоснащення підприємства сприятиме працевлаштуванню від 6 до 12 людей з інвалідністю, а також підвищенню їх зарплатні. Підприємці можуть отримати фінансування в рамках програми «Соціальне підприємництво» за ставкою від 5% до 10% річних. Перевага надається проектам на підтримку перш за все громадян України, потерпілих від конфлікту на сході країни, у т.ч. вимушених переселенців з південних та східних регіонів, людей з інвалідністю, малозабезпечених жінок та представників інших незахищених соціальних груп. Таким чином, Ощадбанк не розмежовує СП та звичайний бізнес, а фінансує саме проекти СП. Існує хибне уявлення, що компанії, які заробляють на соціальних послугах, є соціальними підприємствами. Однак називати їх соціальними підприємствами не можна, оскільки у них немає ані соціальної мети, ані більше чіткого розподілу прибутку [ 4 ].

Підсумовуючи, слід зазначити, що держава внаслідок обмеження ресурсів не може вирішити всі соціальні проблеми, а громадяни розуміють, що патерналізм держави у минулому. Держава має обережно ставитися до спроб встановити особливі пільги в оподаткуванні соціальних підприємств, оскільки це може призвести до появи підставних організацій, фондів з метою ухилення від сплати податків. Соціальне підприємництво не є альтернативою державним програмам адаптації, допомоги, але суттєвим доповненням до них. Така форма організації активності сприяє зниженню конфліктності у суспільстві та формуванню середнього прошарку, що «цементує» суспільство. Певною мірою це стихійна самоорганізація людської діяльності, але вона не може бути ізольованою від державної соціальної політики.

#### **Список використаних джерел:**

1. Березяк І. В. Дискусійні питання теорії соціального підприємництва в Україні / І. В. Березяк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць. – Острог:

Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – Випуск 28. – С. 24–27.

2. Ощадбанк та Western NIS EnterpriseFund продовжують фінансування соціальних підприємств за безпрецедентно низькими ставками. – Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/ua/press-service/news/4344577/>

3. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с.

4. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с.

*Буряк М.І.*

*асистент кафедри фінансів НУБіП України*

### **Індикативний вимір фінансового потенціалу регіону**

На відміну від підприємництва регіон не має балансу та не має центру прийняття управлінських рішень в сфері економічної діяльності. Тому ресурсний підхід до визначення його фінансового потенціалу (як загальної сукупності коштів в обороті) втрачає те значення, яке притаманне підприємництву: його вираз є чисто інформаційним, а не об'єктом управління. Визначення і його обрахунок не здійснюється статистичним обліком і потребує значних зусиль, а в багатьох випадках взагалі проблематичний. Фінансові ресурси регіону, якими він володіє і розпоряджається, не завжди знаходиться в обороті, а деякі перебувають в прихованому стані.

У зв'язку із вище наведеним, вважаємо доцільним визначити величину фінансового потенціалу регіону не шляхом математичного його виміру,

сумування певних активів, а за системно-функціональною ознакою, тобто – за продуктивною результативністю соціо-економічних систем – обсягом утвореного ВРП. Оскільки макроекономічні показники стану регіональних економік у абсолютному їх вимірі на нашу думку не несуть конкретного, в статистичному розумінні, характеру пропонуємо оцінити фінансовий потенціал кожного регіону за допомогою відносного показника – індикатора фінансового потенціалу. Виходячи з політекономічного характеру виникнення кожного активу, що може бути оцінений з фінансової точки зору, пропонуємо відштовхуватись від людського фактору як головної продукуючої величини.

Отже, на нашу думку, індикатором фінансового потенціалу регіону є величина ВРП, виробленого цим регіоном на одиницю його продуцента, кількість населення. Чому саме вся кількість населення, а не працездатне? Працездатне населення — це населення, здатне за своїми фізичними можливостями повноцінно брати участь в суспільній праці. Отже, його кількість обмежена певними віковими рамками, закріпленими в трудовому законодавстві кожної країни. І тим паче не економічно активне, що ще більш звужує економічний зміст продуцента регіону. Адже усі суспільні блага регіону в тій чи іншій мірі акумульовані в різні часові проміжки і є фундаментом для виховання, навчання і підготовки продуцента юного вікового цензу для подальшого розширеного відтворення валового регіонального продукту регіону.

Переваги зазначеного індикатора фінансового потенціалу регіону полягають у наступному:

а) розрахунок індикатора здійснюється на основі офіційного статистичного обліку, що підтверджує його достовірність на відміну від інших математичних моделей розрахунку;

б) індикатор відображає результативність усієї сукупності ресурсів та можливостей реального процесу утворення ВРП – як матеріальних так і нематеріальних. У цьому відношенні він є відображенням функціонального стану відтворювального процесу регіональних соціо-економічних систем,

забезпечуваного реально задіяною у нього всією сукупністю чинників-можливостей. Саме це дає підставу вважати індикатор виразником продуктивної потужності фінансового потенціалу у його реальній дійсності у сприйнятті його як спроможність, міць, сила, потужність.

Запропонований підхід визначення величини прояву фінансового потенціалу економічної системи регіону узгоджується з трактовкою його сутності представниками системно-функціональної концепції [1, 2, 3].

Застосування індикатора для порівняльної оцінки рівня продуктивності регіональних соціо-економічних систем дозволяє виявити значну асиметрію регіонального розвитку в Україні. Розрив значення у ранжированому ряді між мінімальним (Чернівецька область) і максимальним (Дніпропетровська область) більший у 3,16 раз. Цілком зрозуміло, що наявність такої асиметрії продуктивної спроможності регіонів є основним сповільнюючим фактором розвитку національної економіки, а відтак і підвищення добробуту народу. Застосування ж чинної системи бюджетного вирівнювання надання громадам однозначного за обсягом рівня соціальних послуг не тільки не сприяє подоланню існуючої асиметрії розвитку регіонів, а й підсилює її.

Вихід із цієї ситуації вбачається у розвитку продуктивних сил – нарощування фінансового потенціалу за критерієм величини індикатора фінансового потенціалу насамперед у 18 регіонах областях України.

Ранжирований ряд регіонів-областей за рівнем їх фінансової потужності дозволяє на основі групування та кореляційно-регресивного аналізу виявити найбільш слабкі місця у організації соціо-економічних систем регіонів та в системі державної стратегії розвитку національної економіки країни. Використання запропонованого підходу до трактування фінансового потенціалу регіону дозволяє забезпечити його комплексний розгляд, розвинути теоретико-методичні засади його сутності як виразу продуктивної спроможності соціо-економічних систем регіону.

### **Список використаних джерел:**

1. Боронос В. Г. Аналіз економічного змісту фінансового потенціалу регіон. Схід: Спецвипуск. 2011. №1(108). – С. 32-36
2. Буряченко А. Е. Фінансовий потенціал регіонального розвитку [моногр.] К.: КНЕУ. 2013. – 342 с.
3. Григоренко В.О. Концепційний підхід до оцінки фінансового потенціалу території. Молодий вчений. 2016. №7 (34). –С.33- 37.

***Вергейчикова С.В.***

*Викладач економічних дисциплін*

*Машинобудівного коледжу Донбаської державної машинобудівної академії*

### **Соціальне підприємництво – бізнес майбутнього**

В Україні існує думка, що соціальне підприємництво — це благодійність чи волонтерство. Але це не так. Прибуток — це основа росту та розвитку бізнесу, впевненості у завтрашньому дні. У соціальному підприємстві чим більше прибутку отримує підприємство, тим більше допомоги може надати.

Обговорення теми соціального підприємництва стає все більш популярним у всьому світі, але не настільки довго, щоб говорити про великий теоретичний досвід. Для відображення сутності цього процесу ще немає єдиного підходу. Пріоритет економічної думки з проблем соціального підприємництва в силу об'єктивних причин належать зарубіжним вченим-економістам, які зробили свій внесок у розробку теорії та концепції підприємництва.

Значний внесок у теоретичне дослідження соціальних інновацій та соціального підприємництва можна знайти у таких дослідників Ю. Попова, Ф. Бородкіна, А. Московської, Л. Тарадіної, М. Баталіної.



На даний час немає законодавчо закріпленого визначення «соціального підприємництва» та належної нормативно – правової бази створює значні перепони на шляху розвитку такої сфери діяльності.

Це повинен бути закон, який даватиме визначення основних понять цієї сфери діяльності, розкриватиме механізм функціонування соціального підприємництва загалом, систему державної підтримки, фінансування, залучення бізнес – структур.

В світлі децентралізації, при обмежених можливостях державного бюджету, необхідно стимулювати місцеве самоврядування до виділення ресурсів для підтримки соціальних підприємців свого регіону. Місцевому самоврядуванню в тим часом буде легше залучати до цього процесу бізнес-структури, які працюють в даному регіоні.

В Україні можна розмістити проект на платформі "Спільнокошт". Можна звернутися до міжнародних організацій, які допомагають підприємцям-початківцям.

З метою вирішення актуальних соціальних проблем в Україні, Програма соціального інвестування WNISEF розробила механізм пільгового кредитування соціальних підприємств, який реалізується спільно з комерційними банками-партнерами. Сума кредиту складає від 10000 до 100000 доларів США в гривневому еквіваленті під 5-10 % річних (фіксована ставка протягом всього терміну кредиту) на термін від двох до трьох років. Розмір ставки буде встановлюватися кредитним комітетом програми індивідуально. Кредит видається на придбання обладнання або поповнення обігових коштів.

[3]

Прикладом експериментального проекту соціального бізнесу у Краматорську Донецької області є соціальна крамниця, яка була відкрита на власні кошти двох працівників громадської організації «Інша освіта», це близько 250 тисяч гривень. Основний асортимент продукції – чай та кава з Бразилії та Китаю. Також представлена продукція вітчизняних соціальних підприємств «Трава UA» з Донеччини та «Масло ТОМ» зі Львова, крім того,

планується представити випічку Івано-Франківського соціального підприємництва, що працевлаштовує ветеранів АТО. Громадська організація «Інша освіта» є адмініструючою організацією проекту UrbanSpace 500, що діє в Києві. Цей заклад функціонує на засадах соціального підприємництва, більшу частину свого прибутку (80%) спрямовує на реалізацію некомерційних проектів з розвитку міста.

Краматорськ став привабливим через те, що у ньому зосереджена немала кількість навчальних закладів, саме пошук нових молодих підприємців є її основною метою тренерів громадської організації.[2]

За соціальним підприємництвом – майбутнє. Вже зараз світова практика показує, що соціальні підприємці можуть пропонувати рішення, які з часом можуть втілюватися на рівні країни чи запозичуватися державним сектором.

Позитивним ефектом є допомога у працевлаштуванні людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями, безробітних, внутрішньо переміщених осіб, ветеранів АТО. Появанових видів соціальних послуг, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу, непопулярних, дає змогу на більш ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем до того ж знижує навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем.

#### **Список використаних джерел:**

1. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с.
2. На Донеччині з'явився перший магазин соціального підприємництва, який виділятиме 80% прибутку на некомерційні проекти Електронний ресурс] // [business.vchasnoua.com](https://business.vchasnoua.com) - Режим доступу: <https://business.vchasnoua.com/news/205-na-donechchini-z-yavivsyia-pershij-magazin-sotsialnogo-pidpriemnitstva-yakij-vidilyatime-80-pributku-na-nekomertsijni-proekti>

3. Пільгові кредити для соціальних підприємств від WNISEF [Електронний ресурс]//socialbusiness.in.ua- Режим доступу: <http://socialbusiness.in.ua/index.php/instrumenty/finansuvannia-sotsialnykh-pidpryemstv/158-pilhovi-kredyty-dlia-sotsialnykh-pidpryemstv-vid-wnisef>
4. Про соціальне підприємництво[Електронний ресурс]// socialbusiness.in.ua - Режим доступу:<http://socialbusiness.in.ua/index.php/baza-znan/biblioteka-sotsialnoho-pidpryemstva/81-pro-sotsialne-pidpryemnytstvo>

*Галушка З.І.*

*д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії,  
менеджменту і адміністрування,  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

### **Роль соціального підприємництва у забезпеченні розвитку громад**

Розвиток соціального підприємництва – це закономірність соціалізації економіки розвинених країн, але відносно нове явище у соціально-економічному розвитку України. З нашого погляду, його особливе значення може проявитися у ході розв’язання соціально важливих проблем, що стосуються успішного розвитку місцевих громад.

Соціальне підприємництво, націлене на розв’язання соціальних проблем місцевого розвитку, характеризують такими основними ознаками, як: соціальний вплив, інноваційність, унікальність підходів, самоокупність і фінансова стійкість, масштабність, підприємницький підхід [2]. У світовому досвіді функціонування соціального підприємництва спостерігається різноманітність підходів до обґрунтування його місії. В американському контексті Social Enterprise Alliance (USA) визначає соціальне підприємництво як діяльність неприбуткової організації, що використовує бізнес-стратегії задля отримання доходу та направляє його на підтримку соціальної місії. У Великобританії його розуміють як соціально спрямовану діяльність

комунальних підприємств, кредитних спілок, товариств, власниками яких є працюючі там робітники, кооперативи, фонди розвитку, соціальні компанії, житлові кооперативи та благодійні організації. Організація Social Enterprise London (SEL, UK) визначає такі риси соціального підприємництва: орієнтація на ринкові умови та спроможність функціонувати в таких умовах; наявність соціальної спрямованості та етичних принципів діяльності; «соціальна власність» підприємства, автономність та незалежність, за якої прибуток йде на потреби соціальних груп-власників або на потреби громади [4, с. 292].

З погляду розвитку територіальних громад соціальне підприємництво дає такі позитивні ефекти від своєї діяльності: сприяння працевлаштуванню місцевого населення; пропонування нових шляхів задоволення соціальних потреб; розвиток соціальних ініціатив на волонтерських засадах; формування соціального капіталу громад; розширення видів соціальних послуг, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу; ефективне використання наявних ресурсів регіону у розв'язанні соціальних проблем; зниження навантаження на місцеві бюджети; сприяння формуванню конкурентного середовища [1].

У європейських країнах сфера соціальне підприємництва, спрямованого на розвиток громад, складає близько 15%. В Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності як ефективний механізм вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад. Діяльність українських соціальних підприємств, за даними «Каталогу соціальних підприємств», зосереджена переважно у сфері послуг – майже 67% підприємств (освіта, спортивні клуби, туризм, шиномонтаж) (здебільшого така діяльність не потребує значних фінансових інвестицій при започаткуванні); далі йде поєднання виробництва і надання послуг – 26% (легка промисловість та психологічна допомога, виробництво сувенірної продукції української тематики та професійно-технічна освіта/ діяльність шкіл підготовки водіїв транспортних засобів/ надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів). Виробничою діяльністю займаються лише 7% підприємств (сфера харчування, поліграфія, сільське

господарство). Відповідно до наведеного дослідження привабливими для соціального підприємництва в Україні формами господарювання є такі: громадська організація + фізична особа підприємець – 28%, громадська організація – 26%, фізична особа підприємець – 15%, ТОВ – 13% та підприємство об'єднання громадян – 13%, благодійний фонд – 2,5% та приватних підприємств – 2,5%. [3].

Насправді, види соціальних підприємств можуть бути найрізноманітніші. Так, у Великій Британії це: робочі кооперативи, де членами можуть бути лише робітники, які на рівних правах беруть участь в управлінні підприємством; кооперативи або організації, що перебувають у спільній власності/у власності працівників; компанії, які належать співробітникам, з традиційною ієрархією управління та відмінностями в оплаті праці; кооперативи - торгові організації, які зазвичай складаються з великої кількості членів з числа своєї клієнтської бази, і які отримують дивіденди з сум, витраченою за рік; асоціації, житлово-будівельні асоціації, футбольні клуби – членські організації, які зазвичай існують для певної мети та комерційної торгівлі; громадські підприємства – багатофункціональні організації, організовані в місцевих громадах за географічним принципом членства з місцевих жителів, активами яких є місцеві будівлі, які, як правило, займаються розбудовою громади та наданням соціальної підтримки місцевим жителям; благодійні організації/неурядові організації, яким належить соціальні підприємства.

Однак, що характерне для України, великою проблемою створення та розробки соціального підприємства є ситуація, коли влада не готова вступати у контакт з громадянами свого міста. Більшість соціальних проектів зупиняє свою роботу саме тоді, коли з'являється гостра необхідність у спілкуванні з владою. Існує також низка невизначених питань, пов'язаних із оподаткуванням таких підприємства, наданням їм пільг, узгодженням їх економічних інтересів з інтересами громад. Отже, для прискорення процесу розвитку соціального підприємництва в Україні необхідно нарощувати активність громадян для

вирішення надзвичайно актуальних проблем та зароджувати у кожному з українців бажання до змін у своїй країні.

### **Список використаних джерел:**

1. Борнштейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей / Дэвид Борнштейн; Пер. с англ. М. Альпина Паблишер, 2012. 499 с.
2. Спреклі Ф. Курс планування соціального підприємництва. Посібник з планування соціального підприємництва. Британська Рада. 2011. 71с.
3. Каталог соціальних підприємств України 2013 року / за ред. В. Назарук. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 79 с.
4. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Розвиток та становлення соціального підприємництва та соціальної відповідальності в сучасних умовах. ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО. Випуск 7 / 2016. С. 391-394.

*Давиденко Н.М.,*

*д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

### **Соціальні інвестиції в людський капітал**

На сьогоднішній день в сучасному суспільстві людський капітал становить основу багатства, саме він визначає конкурентоспроможність економічних систем, стає ключовим ресурсом їхнього розвитку. Здатність економіки створювати і ефективно використовувати людські ресурси дедалі більше визначає економічну силу нації, її добробут.

За даними Світового банку і Програми розвитку ООН, нині на планеті фізичний капітал (накопичені матеріальні блага) становить лише 16% загального надбання, природні багатства – 20%, а людський капітал або накопичені інвестиції в людину – 64%. Але це усереднені дані, оскільки у найрозвиненіших країнах частка людського капіталу сягає близько 80%.

Натомість у структурі національного багатства України людський капітал становить приблизно 45% з негативною динамікою, а в країнах «сімки» і ЄС понад 75%. Така диспропорція провокує серйозні проблеми у нашій державі. Затягування реформування сектору освіти закономірно призводитиме до відставання від стандартів розвинених країн, «інтелектуальної міграції» та скорочення людського капіталу. Складна ситуація в сфері демографічного розвитку та стану здоров'я населення. Натомість низький рівень доходів може унеможливити доступ окремих груп населення до найважливіших, основних суспільних послуг.

Рівень життя є соціально-економічною категорією, яка відображає сукупність відносин та умов, що визначають життєдіяльність та розвиток населення країни. Тому, вивчення рівня життя населення України та його динаміки є важливою складовою комплексного аналізу соціально-економічного становища країни, який проводиться з метою розробки ефективних заходів соціальної політики держави (табл. 1). Аналізуючи таблицю 1 зазначимо, що частка видатків бюджету на освіту і охорону здоров'я є зовсім мала і з кожним роком зменшується, що є негативним явищем для економіки країни в цілому.

Стан здоров'я населення є одним з найважливіших показників рівня соціально-економічного розвитку країни, передумовою для формування демографічного, економічного і трудового потенціалу. У 2016 році в медичних закладах, що підпорядковані Міністерству охорони здоров'я України, зареєстровано 27361 тис. випадків захворювань з уперше в житті встановленим діагнозом, або 64375 випадків у розрахунку на 100 тис. населення. У 2016 році кількість хворих з уперше в житті встановленим діагнозом активного туберкульозу становила 23,3 тис. осіб, серед яких 68% – чоловіки, 95 % – особи, які захворіли на туберкульоз органів дихання.

Видатки Зведеного бюджету на соціально-культурні заходи та на освіту  
(у відсотках до загальної суми видатків зведеного бюджету)

| Видатки бюджету                                | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Відхилення<br>2016 р. до<br>2012 р., +,- |
|--|------|------|------|------|------|--|
| Освіта   | 20,6 | 20,9 | 19,1 | 16,8 | 19,0 | -1,6                                     |
| з них  |      |      |      |      |      |  |
| дошкільна освіта                               | 3,0  | 3,1  | 2,9  | 2,7  | 3,0  | -  |
| загальна середня освіта                        | 8,6  | 8,7  | 8,1  | 7,3  | 8,3  | -0,3                                     |
| професійно-технічна<br>освіта                  | 1,2  | 1,3  | 1,1  | 0,9  | 0,9  | -0,3                                     |
| вища освіта                                    | 6,0  | 5,9  | 5,4  | 4,6  | 5,2  | -0,8                                     |
| Охорона здоров'я                               | 11,9 | 12,2 | 10,9 | 10,4 | 11,1 | -0,8                                     |
| Духовний та фізичний<br>розвиток               | 2,8  | 2,7  | 2,6  | 2,4  | 2,5  | -0,3                                     |
| з них  |      |      |      |      |      |  |
| культура та мистецтво                          | 1,6  | 1,7  | 1,6  | 1,3  | 1,6  | -  |
| засоби масової<br>інформації                   | 0,3  | 0,2  | 0,2  | 0,2  | 0,3  | -  |
| фізична культура і спорт                       | 0,8  | 0,8  | 0,8  | 0,9  | 0,7  | -0,1                                     |
| Соціальний захист та<br>соціальне забезпечення | 25,4 | 28,7 | 26,4 | 25,9 | 38,0 | 12,6                                     |

Джерело: розраховано за даними Держкомстату України [1]



Узагальнення світового і вітчизняного досвіду визначення конкретних параметрів, які характеризують ті чи інші рівні задоволення соціально-економічних потреб громадян, свідчить про те, що на сучасному етапі ще до кінця не відпрацьовані чіткі і науково обґрунтовані критерії об'єктивної оцінки показників, на основі яких можна визначити реальний якісний стан рівня життя різних соціальних верств населення і за цими ознаками здійснити їх відповідне структурне ранжування. У розпорядженні органів державної влади (як законодавчої, так і виконавчої) повинна бути комплексна система соціальних індикаторів, аналіз динаміки яких дозволив би владним структурам своєчасно реагувати на реальний потенціал накопиченої соціальної напруги, зумовленої, зокрема, посиленням процесів суспільної маргіналізації і зростанням масштабів розшарування населення за рівнем бідності.

Таким чином, державне фінансування соціальних інвестицій повинне здійснюватися в тих видах діяльності соціальної сфери, де присутність держави потрібна: в освіті, охороні здоров'я, фізкультурі і спорті, культурі і мистецтві, в області соціальних послуг і зайнятості. Інші види діяльності соціальної сфери можуть обходитися приватними інвестиціями, для розвитку соціальної інвестиційної діяльності в них досить інших, нефінансових, варіантів державного регулювання: податкових послаблень, юридичних методів, інформаційної підтримки. Головне в державному фінансуванні соціальної інвестиційної діяльності – дотримуватись обраним показникам ефективності, наприклад, зниженню захворюваності, збільшенню робочих місць, зменшенню виплат із страхових соціальних фондів і іншим.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

*Даниленко О.А.*

*к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

## **Використання можливостей соціального підприємництва в розбудові України як соціальної держави**

Конституція України зафіксувала визначення України, як соціальної держави. Однак, фактично такою державою вона й досі не стала, якщо брати до уваги хоча б принцип соціальної держави, яким керувались у Німеччині, створюючи концепцію соціальної держави, зокрема: зобов'язання влади власноруч здійснювати політику, спрямовану на забезпечення достойного людини рівня життя, задоволення основних потреб усіх соціальних груп, створення приблизно рівних умов для реалізації життєвих цілей особистості [1].

Соціальне підприємництво, яке як світовий тренд також дійшло й до нас в останні роки, у певному сенсі могло би сприяти розбудові України як соціальної держави за умов співпраці державних, приватних та неурядових організацій. Разом з тим, якщо подивитися на зміст визначень «підприємства» у статті 62 Господарського кодексу України (2003 р.) та «соціального підприємства» (2018 р.), то практично ніяких відмінностей щодо змісту визначень, задекларованої мети їх діяльності немає (табл. 1). Тому, якби усі підприємства України працювали б на досягнення мети, яка задекларована у чинному законодавстві, то усі вони автоматично ставали б соціальними і Україна вже б давно наблизилась до справжнього статусу соціальної держави.

Справжнє соціальне підприємництво – це реальна (а не задекларована) підприємницька діяльність, націлена на пом'якшення або вирішення соціальних проблем, проблем безробітних, представників груп ризику, подолання соціальної ізоляції, соціальний захист, громадські залучення, на інновації тощо.

Можливості соціального підприємництва в розбудові України як соціальної держави вбачаємо у наступному:

- в Україні багато соціальних проблем, тому виявити соціально значущі проекти для створення соціальних підприємств просто;

- соціально значущі проекти одночасно є і бізнесом і філантропією, тому соціальні підприємці можуть одночасно реєструватися і як ТзОВ чи ФОП (щоб вести комерційну діяльність) і як некомерційна організація (щоб отримати фінансування через гранти);

- соціально значущі проекти сприяють активній самоорганізації громадян;

- соціально значущі проекти легко просувати, вони подобаються людям і соціальним підприємцям легше знайти клієнтів і помічників, легше продати товари/послуги тощо.

Таблиця 1

***Підходи до визначень «підприємство» та  
«соціальне підприємство» у різних джерелах***

| Джерело: Бібліотека соціального підприємця   | Джерело: Господарський кодекс України  |
|--|--|
| <p>Соціальне підприємство – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємства спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи на вирішення гострих суспільних проблем.</p> <p>Таке підприємство діє за всіма законами бізнесу і приносить прибуток, тому не вважається благодійною організацією. Воно поширюється на такі галузі, як освіта, охорона навколишнього середовища, боротьба з бідністю, захист прав людини тощо [3].</p> | <p>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.</p> <p>Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності [2].</p> |

За активного розвитку соціальної підприємницької діяльності держава насправді стає соціальною, бо «визнає людину найвищою соціальною цінністю, надає соціальну допомогу індивідам, які потрапили у важку життєву ситуацію, з метою забезпечення кожному гідного рівня життя, перерозподіляє економічні

блага відповідно до принципу соціальної справедливості своє призначення вбачає в забезпеченні громадського миру і злагоди в суспільстві» [4].

Нині у світі є загальною практикою державна підтримка соціального підприємництва й участь різних державних, приватних та неурядових організацій у створенні інфраструктури підтримки соціального підприємництва. В Україні ж розпочинає діяльність проект «Соціальне підприємництво: досягнення соціальних змін за ініціативою «знизу», що реалізується за фінансової підтримки Європейського Союзу [5]. Заходи проекту реалізовуватимуться у співпраці з Міністерством економічного розвитку та торгівлі України, Міністерством молоді та спорту України та іншими неурядовими організаціями. Проект підтримуватиме, популяризуватиме та просуватиме концепції соціального підприємництва як засобу сталого розвитку, інструменту надання якісних товарів і соціальних послуг, підвищення добробуту в Україні. Він триватиме 2,5 роки.

Варто зазначити, що не дивлячись на існуючі проблеми, в Україні вже успішно працюють десятки соціальних підприємств, досвід яких викладено на теренах мережі Інтернет. Отже, соціальне підприємництво – це справжній інструмент для вирішення соціально-економічних проблем і розбудови України як соціальної держави, за підтримки якої це стане можливим.

#### **Список використаних джерел:**

1. Станет ли Украина социальным государством [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://zn.ua/ARCHIVE/stanet\\_li\\_ukraina\\_sotsialnym\\_gosudarstvom.html](https://zn.ua/ARCHIVE/stanet_li_ukraina_sotsialnym_gosudarstvom.html)
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page3\\_стаття\\_62](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page3_стаття_62)
3. Бібліотека соціального підприємця. Категорія: Про соціальне підприємництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/baza-znan/biblioteka-sotsialnoho-pidpriemtsia/81-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo>
4. Соціальна держава [Електронний ресурс]. – Режим доступу

:[https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна\\_держава](https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_держава)

5. Європейський проект розвитку соціального підприємництва в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.socialbusiness.in.ua/>

***Кириленко В.І.***

*д.е.н., професор кафедри політичної економії*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

### **Соціалізація економічної політики в Україні**

Основна ідея національної соціалізації економічної політики має полягати в усвідомленні та реалізації того, що повноцінне відтворення людського потенціалу є прерогативою не тільки держави і владних структур, але й кожного з громадян України, що здійснюється на основі узгодженості соціально значущих інтересів громадян, суспільних об'єднань, органів державної влади та місцевого самоврядування [1, С.158-161; 4, С.46–51; 5, С.117-127]. У зв'язку з цим найбільш актуальні аспекти соціалізації економічної політики мають досліджуватися в контексті основних стратегічних напрямів соціальної політики.

Особливості відтворення соціалізації економічної політики в Україні пов'язані з переходом від командно-адміністративної до ринкової економіки. На підставі цього можна стверджувати, що соціально необґрунтований курс реформ і відсторонення державних органів від регулювання соціально-економічних процесів в економіці обернувся найтяжчою кризою всієї соціальної сфери. У результаті Україна опинилася на більш низькому рівні соціалізації, відбулася –десоціалізація суспільства. Квазіринкова дегуманізована спрямованість економіки виявилася у прагненні забезпечити ринкові перетворення за будь-яку ціну з дотриманням «своєрідної» історичної традиції нехтування інтересами людини заради реформ і прогресу. Це призвело

до наростання соціальної напруги у суспільстві і стало логічним продовженням однобічної монетаристської орієнтації реформ і нерозуміння того, що ринок – не самоціль, а лише засіб створення вискоєфективної та соціально орієнтованої економіки для забезпечення високих стандартів людини. Отже, негативні наслідки проведення ліберально-монетаристської моделі реформування економіки ще раз підтвердили той факт, що неможливо ефективно перетворювати економічну систему, не спираючись на інтереси більшості населення країни, й отримати реального ефекту проведених заходів [2, С. 52-59; 3, С.18-22]. Таким чином, протягом тривалого періоду реформ фактична пріоритетність надавалась головним чином трансформації економічних інститутів, в той час як цілям побудови адекватних інституційних змін системи соціального розвитку, важелів підвищення рівня і якості життя громадян не приділялось необхідної уваги. Соціальна сфера розглядалась як вторинна, похідна від економічної, та як така, що обтяжує економіку. Внаслідок такого підходу, з самого початку реформ 90-х років економічні та соціальні процеси увійшли в гостре взаємне протистояння. Результатами такої політики стало суттєве зниження соціальних гарантій, поширення бідності, загальне зниження рівня життя населення, руйнування соціальної інфраструктури, неконтрольоване зростання платності багатьох соціальних послуг, зокрема, охорони здоров'я та освіти (безоплатність яких гарантована ст. 141 Конституції України), що зробило значну кількість цих послуг фактично недосяжними для малозабезпечених прошарків населення [6, С. 21-26; 8, С.24-33]. Отже, українському суспільству необхідно виробити нові підходи до визначення соціальної політики та сформуванню нову модель соціальної політики.

Таким чином, соціалізація економічної політики у ракурсі формування нової моделі соціальної політики супроводжується інституційною трансформацією соціалістичної держави загального добробуту радянського зразка. Соціалізаційний характер соціальної політики спонукає відмовитись від патерналізму, державної системи зрівняльного розподілу суспільних благ, системи централізованого планування та управління. Але поки що в Україні

держава позиціонується громадянами як основний і єдиний суб'єкт соціальної політики на фоні низької оцінки потенціалу інших суб'єктів [7, С.58-63]. Ініціація державою лібералізації соціальної політики не супроводжувалась адекватними оціночно-поведінковими реакціями з боку населення. На фоні інституційної трансформації ліберального типу, що передбачає наявність вільної, відповідальної, інноваційнодіючої особистості, зберігається переважання патерналістської державницького типу особистості з обмеженим потенціалом відповідальності і самоорганізації. У такому випадку не виникає загального соціалізованого ефекту, і тому, можна констатувати, що інституції і форми соціалізації економічної політики не виникли в українському суспільстві за період реформ (за винятком мережових форм соціалізації на мікрорівні). У той час соціалізація соціальної політики, що діє сьогодні на Заході, вимагає наявності стійких інституціоналізованих форм соціальної солідарності на макрорівні (через бюджет, страхування, корпоративну соціальну політику, місцеве самоврядування).

Також при дослідженні соціалізації економічної політики в Україні була виявлена певна специфічність, яка полягає у взаємообумовленості економічного і політичного факторів, що визначають її існування. Така особливість чітко проявляється при розгляді аспектів формування нової моделі соціальної політики. Так, з одного боку, активізація владних структур щодо питань освіти, охорони здоров'я, соціального обслуговування та забезпечення населення є показником досягнень національної економіки, що уможлиблюють значно збільшити обсяги фінансових ресурсів, що спрямовуються на соціальну сферу, відкривають перспективу більш якісного вирішення традиційних соціальних проблем. З іншого боку, саме «повернення» держави в соціальну сферу означає її зміцнення.

Формування і реалізація нової моделі соціальної політики під час соціалізації економічної політики – складний і тривалий процес, обумовлений сукупністю інституційних, поведінкових, соціокультурних факторів. В Україні він ускладнюється ще нестійкістю економічної і політичної систем,

розбалансуванню і поляризацією соціальної структури суспільства. Тому в цілому, оцінюючи ситуацію, що складається з точки зору співвідношення інституціональних, реально-практичних, соціально-культурних параметрів, можна визначити узагальнений образ діючої нині моделі соціалізації економічної моделі в Україні. Модель соціалізованої економічної політики через призму соціальної політики слід розглядати на основні двох парадигм: парадигма стратегічного соціального вибору соціалізаційного характеру і парадигма виживання. Ці парадигми є суперечливими, їх одночасна реалізація обумовлюється перехідністю цієї моделі, що є природним в умовах соціально-економічної трансформації суспільної системи. Оскільки в цій моделі одночасно сходяться консервативна та перспективна стратегії, то вона виконує в даний період дві цільові функції: з одного боку, створення умов для виживання тієї частини населення, яка не володіє достатнім потенціалом для самозабезпечення і саморозвитку, а з іншого - випробовує ті варіанти соціальних реформ, які нагромаджені досвідом соціальної економіки розвинутих країн, демонструючи найбільшу соціальну результативність. Таким чином, при розбудові моделі соціальної політики слід підходити з точки зору вибору соціалізованих інститутів економічної політики, які найкраще відповідають умовам розвитку українського суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Міщук О.В. Моделі економічного зростання. Соціальна спрямованість економічної моделі України// Формування ринкових відносин в Україні збірник наукових праць В №9/наук ред. Бондар - К: 2004 - С. 158-161.
2. Новиков В. Проблеми та шляхи забезпечення соціальної орієнтації економіки України//Журнал європейської економіки.- 2005.- №2.- С.18-22.
3. Носова О.В. Інституційні суперечності перехідної економіки// Економічна теорія. — 2004. — № 3. — С. 52-59.



4. Приходченко Л. Л. Інституалізація національного інтересу як запорука ефективності системи державного управління / Л. Л. Приходченко // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2007. – Вип. 1(29). – С. 46–51.
5. Сидорина Т.Ю., Партнерства государства и институтов саморегулирования граждан в реализации социальной политики // Экономический вестник Ростовского государственного университета. - 2010. - Том 8. - № 1. - С.117-127.
6. Соціальна економіка. Навчальний посібник \ Кол. авт О.О. Беляєв, М.І. Діба та ін.. – К.: КНЕУ, 2005 – С. 21-26.
7. Суденко О.В. Етапи регулювання соціальної політики в Україні// Державні і ринкові методи регулювання соціальної сфери. – К., 2001. – С.58-63.
8. Четверикова Л. Суть соціальної політики та аналіз її моделей в соціальних державах // ВІСНИК Соціогуманітарні проблеми людини. - 2005.- № 1.- С.24-33.

***Котенок Д.М.***

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри макроекономіки та державного управління  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **Грані муніципальної підтримки соціального підприємництва**

Соціальним підприємцем прийнято вважати особу або приватну організацію, яка ініціює виявлення та вирішення важливих соціальних проблем в своїх громадах. Це, передусім, не бізнес-підприємці, а люди, які розв'язують соціальні питання, часто через організації. Вони продовжують дотримуватися традиції активних громадян, які відомі нам у формах соціальних

благодійних фондів та громадських програм [3]. Соціальні підприємці також використовують сучасні методи управління, у тому числі партнерські відносини на рівні громад і державно-приватного партнерства, спільне прийняття рішень, та диверсифіковані джерела надходження коштів, які виходять за межі єдиною системи державного фінансування [1].

Зазвичай виокремлюють кілька підстав для муніципальної підтримки соціального підприємництва. По-перше, соціальні підприємці наділені лідерськими якостями і громадам часто потрібні такі особистості для вирішення проблем. По-друге, приватні ініціативи як правило мають інноваційний та експериментальний [4]. По-третє, соціальне підприємництво дозволяє громадським лідерам зосередити свою енергію і увагу на питаннях, для яких ще немає приватних ініціатив, таких як екологічне регулювання або міське планування.

На практиці існує декілька механізмів, за допомогою яких муніципальні органи влади можуть надавати підтримку соціальним підприємцям в розробці нових програм: інформаційний, ресурсний, координаційний.

Муніципальні органи влади збирають і надають дані по важливим соціальним питанням, потенційним напрямкам їх вирішення, організаціям, які зацікавлені у їх вирішенні.

Муніципалітети допомагають соціальним підприємцям в придбанні ресурсів. Наприклад, місцеві органи влади можуть прийняти фінансову участь в реалізації проекту або ж здійснювати фандрейзинг проектів [2].

Ініціативні громади вимагають координації зусиль і ресурсів, а муніципалітети володіють значним досвідом у створенні та управлінні соціальними групами та мережами організацій.

Очевидно, що соціальний підприємець може здійснювати свою діяльність і без підтримки з боку муніципальних органів влади. Проте, її наявність значно скорочує час від усвідомлення проблеми до пошуку ресурсів на її вирішення, реалізації соціальної дії та отримання позитивного соціального ефекту.

### **Список використаних джерел:**

1. Boschee J. Toward a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions [Електронний ресурс] / J. Boschee, J. McClurg. – 2003. – Режим доступу до ресурсу: [www.se-alliance.org/better\\_understanding.pdf](http://www.se-alliance.org/better_understanding.pdf)
2. Herman R. Donor Reactionsto Commercial Activities of Nonprofit Organizations: An American Case Study / R. Herman, D. Redina. // International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations. – 2001. – №12. – С. 157 – 169.
3. Thompson J. Social Entrepreneurship — A New Lookat the People and the Potential / J. Thompson, G. Alvy, A. Lees. // Management Decision. – 2000. – №38. – С. 338 – 348.
4. Weisbrod B. TheFutureoftheNonprofitSector: Its Entwining with Public Enterprise and Government / Burton Weisbrod. // Journal of Policy Analysis and Management. – 1997. – №1. – С. 541 – 555.

***Кришук А.Ю.***

*аспірант,*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

### **Роль недержавного сектору в сфері надання соціальних послуг**

Відповідно до Конституції Україна задекларувала себе як соціальну державу, яка визнає людину найвищою соціальною цінністю, розподіляє суспільне багатство згідно з принципом соціальної справедливості та піклується про зміцнення громадянської злагоди у суспільстві.

Основними завданнями соціальної держави є створення умов для реалізації соціальних, культурних та економічних прав людини, сприяння самостійності і відповідальності кожної особи за свої дії, надання соціальної допомоги тим громадянам, які з незалежних від них обставин не можуть забезпечити достатній рівень життя для себе та своєї родини [1].

Все вище викладене передбачає підтримання постійного покращення добробуту населення та приділення особливої уваги групам ризику. А в контексті євроінтеграції Україна має поступово наближати рівень життя свого громадянського суспільства до європейських стандартів життя.

Важливою складовою соціальної політики та соціального захисту населення Євросоюзу є система соціальних послуг. Втім, незважаючи на те, що ще в 2003 р. було прийнято Закон України «Про соціальні послуги», механізми державного управління такими послугами залишаються недостатньо розробленими та впровадженими. А відтак, багато положень вказаного закону неможливо реалізувати на практиці [2].

Іншими словами, можна припустити, що для належного виконання державою соціальних послуг необхідне залучення також і недержавних організацій.

У Законі «Про соціальні послуги» передбачено: «Сфера надання соціальних послуг заснована на використанні та розвитку всіх форм власності і складається з державного та недержавного секторів. До недержавного сектору також відносяться громадські, благодійні, релігійні організації та фізичні особи, діяльність яких пов'язана з наданням соціальних послуг» [3].

Проте, система надання соціальних послуг за рахунок недержавних організацій перебуває на початковому етапі свого розвитку та потребує подальшої адаптації до потреб населення.

Недержавні організації здатні краще та швидше реагувати на потреби громадянського суспільства, особливо груп ризику, та здатні забезпечити ефективнішу роботу з клієнтами [4].

Зокрема, недержавні організації, які працюють з групами підвищеного ризику щодо інфікування ВІЛ, надають доволі широкий спектр не лише соціальних, але й соціально-медичних послуг в рамках програм зменшення шкоди, замісної підтримувальної терапії тощо. Метою профілактики, яку проводять НУО, є зниження темпів поширення ВІЛ-інфекції та інших

небезпечних інфекцій та супутніх захворювань шляхом проведення комплексу заходів щодо зменшення ризику інфікування [5].

Незважаючи на активне та динамічне зростання недержавних організацій, більшість з них стикаються з рядом труднощів. По-перше, фінансування – в Україні лише незначна частина організацій отримує фінансування від держави. Більшість існує за рахунок міжнародних донорів та фінансування від комерційної діяльності, такої як соціальне підприємство.

Іншими проблемами є: відсутність достатнього рівня кваліфікації у працівників та відсутність можливості покращення цього рівня; низькі рівні активності та довіри з боку громадськості до недержавних організацій; недостатня відкритість влади й бажанням співпрацювати з недержавним сектором; а також відсутність досвіду роботи у недержавних організацій із державним сектором [2],[4].

Нині перед Україною стоїть завдання максимально наблизити рівень життя громадян до європейських стандартів за рахунок впровадження системи соціальних послуг. Для цього необхідним є широке залучення недержавного сектору та вирішення ряду проблем у зв'язку із цією міжсекторальною співпрацею.

#### **Список використаних джерел:**

1. Конституція України [Електронний ресурс]. – 1996. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Дубич К. Участь громадських організацій в публічному управлінні системою соціальних послуг // Журнал «Державно-управлінські студії» [Електронний ресурс] // Київ., 2017. – № 2 (17). – Режим доступу: <http://www.dus.nauka.com.ua/?op=1&z=26>
3. Закон України «Про соціальні послуги» [Електронний ресурс]. – 2003. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/966-15/ed20091230>
4. Горемикіна Ю. Проблеми розвитку недержавних організацій у сфері надання соціальних послуг /Науково-економічний та суспільно-політичний

журнал «Демографія та соціальна економіка» // Київ, 2009. – № 1 (11). – С. 161–168.

5. Оптимізація міжсекторальної співпраці сімейних лікарів та соціальних працівників у процесі надання соціально-медичних послуг групам підвищеного ризику інфікування ВІЛ, туберкульозом, вірусними гепатитами та людям, які живуть з ВІЛ. Методичні рекомендації / Л. Ф. Матюха, Г. В. Бацюра, О. К. Надута-Скринник [та ін.]. Київ, 2017. – 40 с.

***Крюкова І.О.,***

*к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки  
Державного університету інфраструктури та технологій*

### **Передумови для розвитку соціального підприємництва в Україні**

Соціальне підприємництво (СП) в Україні стає модним трендом, оскільки обговорюється на різноманітних подіях і привертає увагу багатьох представників громадських організацій, ініціативних груп чи просто активних людей. Використання підприємницьких підходів до вирішення соціальних проблем дозволяє менше дивитися на державний бюджет, якого катастрофічно не вистачає на все, і забезпечує більш-менш сталий розвиток для вразливих груп суспільства, що підносить СП на новий рівень розвитку в Україні. Всеукраїнський ресурсний центр розвитку СП «Соціальні ініціативи», досліджуючи цей феномен, проаналізував низку можливостей для розвитку СП в Україні[8]. До створення все більшої кількості соціальних підприємств в Україні спонукатимуть наступні передумови:

#### **1.Інституціональна неврегульованість СП державою.**

Відсутність закону з регулювання соціального підприємництва- це велика можливість вибрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму (ОПФ), як з точки зору бізнес-моделі, так і з точки зору особливостей оподаткування. А це означає, що зародок соціального

підприємства може еволюціонувати від комерційного проекту громадської організації до публічного акціонерного товариства. Варто наголосити, що не важливо, чи є така форма, як соціальне підприємство, а важливо з якою метою створюється бізнес. Тут інший підхід до бізнесу: не заради пільг ми створюємо підприємство, а для покращення якості життя вразливих груп населення чи громади загалом. Широкий спектр ОПФ успішних соціальних підприємств лише засвідчує перевагу цієї можливості[1;3; 6].

## **2.Резерви людських та капітальних ресурсів, не задіяні бізнесом.**

Найбільший, звичайно, людський ресурс, до якого можна віднести такі категорії як люди з обмеженими можливостями;біженці (внутрішньо-переміщені особи);національні меншини;люди похилого віку;молодь; люди із залежностями; люди, що вийшли з місць позбавлення волі;ВІЛ-позитивні люди;багатодітні мами; споруди у власності громади[2].

В Україні багато будівель, які фактично не використовуються, бо в жахливому стані і які знаходяться у власності громади. За кордоном існує багато прикладів, коли закинуті цехи непрацюючих підприємств трансформуються в офісні центри із працевлаштуванням представників вразливих груп населення і прибутками, що спрямовуються на вирішення місцевих проблем.

## **3.Зацікавленість бізнесу в аутсорсингу.**

Багато великих підприємств намагаються не утримувати на своєму балансі низку допоміжних служб і підрозділів, бо це вимагає постійних витрат, тому все частіше можна спостерігати (тенденція) замовлення таких послуг, як прибирання, транспортування, кур\_єрська доставка, обслуговування оргтехніки і мереж, реклама і зв\_язки з громадськістю, організація подій, освітні послуги, бухгалтерський облік, виробництво різних деталей тощо. Це дає змогу розвиватися малому бізнесу. Іншою складовою великого бізнесу є соціальна відповідальність, яка полягає у допомозі місцевій громаді вирішувати нагальні проблеми. Все частіше компанії шукають можливостей замінити гранти на стартапи, оскільки, у цьому випадку, вбивають двох зайців, бо забезпечують

собі аутсорсинг і паралельно вирішують соціальну проблему, яка, у свою чергу, не вимагатиме наступних грантів. А якщо великий бізнес укладе угоду на придбання послуг соціального підприємства на 1-2 роки, то ймовірність банкрутства СП зменшується в рази. Кількість прикладів такої співпраці в Україні збільшується[5].

#### 4. Зростання культури споживання.

Споживацька культура українців змінюється у кращий бік. Якщо 10 років тому увагу звертали, здебільшого, на ціну, то зараз переглядається і країна-виробник, і термін придатності, і інгредієнти, а також наявність соціальної складової. Відчуття причетності до корисної справи, та ще й у досить простий спосіб (купування необхідного товару чи послуги), стає вагомим аргументом на користь соціальних підприємств, а тим більше на фоні підтримки національного товаровиробника. Оскільки малого бізнесу в Україні відносно мало, тобто конкуренція відсутня, то соціальні підприємці можуть легко знаходити своїх покупців, формувати більш свідому культуру споживання, а відтак спільно вирішувати нагальні соціальні проблеми у громадах[8].

#### 5. Міжнародна підтримка СП.

СП підтримується міжнародними фондами і організаціями. Це дозволяє і створювати і розвивати СП. На перший погляд, задавши параметри пошуку «підтримка соціальних підприємств» в Інтернеті, ми не побачимо жодного результату, який би чітко відповів на запитання «де взяти ресурси на стартап?» Проте, існує багато пропозицій, які дотичні до СП, хоч і називаються по різному, наприклад:

- Підтримка внутрішньо-переміщених осіб від Програми Розвитку ООН. Метою програми є створення робочих місць для внутрішньо переміщених осіб в Україні, а також для місцевого населення Донецької та Луганської областей[7].

- Допомога вимушеним переселенцям і громадам, які зазнали наслідків конфлікту від Міжнародної організації з міграції. Однією із складових програми є проведення тренінгів і надання грантів вимушеним переселенцям на



підтримку їхніх зусиль щодо свого матеріального забезпечення через організацію малих підприємств, самозайнятість та професійне навчання.

- Майже усі програми донорів, спрямовані на розвиток сільської місцевості, містять елементи соціального підприємництва (Фонд «Монсанто», Міжнародний благодійний фонд «Добробут громад» (Heifer International)[4].

Окремо варто представити програму соціального інвестування «Вестерн Ен-Ай-Ес Ентерпрайз Фонд», яка створена для комплексної підтримки соціальних підприємств через надання доступних кредитів, консультаційні і тренінгові послуги, а також налагодження соціального партнерства задля вирішення конкретних проблем у громадах[9].

#### **Список використаних джерел:**

1. Дзюба С. Як правильно обрати організаційно-правову форму ведення бізнесу? Доступно з [http://3222.ua/article/yak\\_pravilno\\_obrati\\_organzatsynopravovu\\_formu\\_vedennya\\_bznesu.htm](http://3222.ua/article/yak_pravilno_obrati_organzatsynopravovu_formu_vedennya_bznesu.htm)

2. Допомога вимушеним переселенцям і громадам, які зазнали наслідків конфлікту. Доступно з <http://iom.org.ua/ua/dopomoga-vymushenym-pereselencyam-i-gromadam-yaki-zaznaly-naslidkiv-konfliktku>

3. Класифікація організаційно-правових форм господарювання. Доступно з [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ST000948.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ST000948.html)

4. «Монсанто Україна» оголошує другий грантовий конкурс «Україна – житниця майбутнього». Доступно з <http://www.monsanto.com/global/ua/newsviews/pages/grain-basket-of-the-future-second-contest.aspx>

5. Мурашко Д. Великому бізнесу варто підтримувати соціальне підприємництво. Доступно з <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/141-dmytro-murashko-velykomu-biznesu-varto-pidtrymuvaty-sotsialne-pidpryemnytstvo>

6. Назарук В. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? Доступно з <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/blog/entry/chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpryemnytstvo>

7. ПРООН отримала 480 конкурсних заявок на співфінансування створення робочих місць для переселенців. Доступно з <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/articles/2015/04/14/-/>

8. Про соціальне підприємництво в Україні Доступно з <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/156-5-velykykh-mozhlyvostei-dlia-rozvytku-sotsialnoho-pidpriemnytstva-v-ukraini>

9. Western NIS Enterprise Fund. Доступно з <http://www.horizoncapital.com.ua/uk/investment-portfolio/WNISEFShare>

**Кудінова А.В.**

*д.е.н., професор кафедри політичної економії  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет»*

**Кочук С.І.**

*аспірант кафедри політичної економії  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет»*

### **Регуляторна політика держави та інститут соціального підприємництва: проблеми взаємодії**

В Україні відсутня тривала історія системної і послідовної регуляторної політики зі своєю ідеологією та культурою. Державна політика у сфері регулювання була, і, на жаль, залишається і сьогодні інструментом розв'язання бізнес-інтересів окремих олігархічних груп. Хоча світова практика доводить високий економічний та соціальний ефект тих регулятивних механізмів, які поєднують елементи державно-правового та приватно-правового регулювання. В Україні ж можна констатувати «контроль великого рентного бізнесу над державними інституціями»[1, с.21].

Оскільки Україна чітко визначила європейський вектор суспільно-економічного розвитку визначальним та пріоритетним, то це накладає певні

вимоги та відповідальність і за реформування регуляторної політики. Водночас розширення величини та різноманіття соціальних потреб суспільства, посилення конкуренції за державні та благодійні ресурси між некомерційними організаціями, скорочення традиційних форм їх фінансування, зростання конкуренції між некомерційними організаціями та бізнесом за задоволення суспільних потреб, з одного боку, та безрезультативність, неефективність та безвідповідальність великої частини спроб державних та благодійних організацій щодо розв'язання соціальних проблем, з іншого боку, сприяли посиленню наукового та практичного інтересу до інституту «соціального підприємництва». Можливо, зараз як раз час для розв'язання таких проблем «підприємницькими засобами»?

Ключовими характеристиками сучасного соціального підприємництва є: створення та підтримка соціальної цінності (блага); пошук та використання нових можливостей для реалізації поставленої мети; безперервний процес інновацій, адаптацій, навчання тощо.

Соціальні підприємці, використовуючи «зароблений дохід», прямо і безпосередньо відповідають на соціальну проблему згідно своєї місії (продаж соціально значимих товарів та послуг, створення робочих місць для соціально виключеного населення). Отже, відбувається зміна базової мотивації підприємця: найм, наприклад, інвалідів не з метою послаблення податкового навантаження або отримання державних субсидій, а з метою покращення соціально-економічного становища самих інвалідів.

Для державної регуляторної політики проблемою з точки зору підтримки та адміністрування може стати те, що ефективність традиційних підприємців обов'язково вимірюється фінансовими результатами. Результат роботи соціальних підприємців має «двоїсту сутність»: це «мікс» фінансової та соціальної віддачі. Прибуток залишається ціллю, але це – не єдина ціль, прибуток реінвестується в реалізацію соціальної місії. Хоча соціальна ініціатива підприємця наразі є дуже цінною, оскільки державний сектор часто не в змозі самотужки подолати всі суспільні проблеми, що існують в країні, а

саме бідність, скорочення тривалості життя, безробіття, незахищеність деяких соціальних верств, зокрема, людей з обмеженими можливостями тощо. Соціальні підприємства відіграють важливу роль у зниженні рівня безробіття, зазвичай даючи змогу працевлаштуватися тим категоріям населення, які найбільш віддалені від ринку праці (інвалідам, молоді, самотнім жінкам з дітьми, етнічним меншинам тощо). Соціальне підприємництво стає інструментом для вирішення соціальних проблем суспільства завдяки інноваційній складовій, тобто здатності бачити «провали» ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які були втрачені іншими учасниками економічної системи, і держава має можливість оперувати цим видом діяльності у власних інтересах. Так, наприклад, у розвинених країнах активно використовуються соціальні бонди. При цьому застосовується така схема взаємодії: держава публікує соціальну ціль і бажаний показник і, враховуючи кошти, які були витрачені на вирішення цієї проблеми силами державних організацій, формує бюджет проекту. Якщо соціальне підприємство знаходить бізнес-модель, як за ці гроші досягти бажаних показників, вкладається соціальний контракт. Соціальне підприємство під цей контракт залучає позичені кошти і проводить роботу. Якщо бажаного ефекту було досягнуто, держава оплачує роботу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. – Львів: Кальварія, 2017. – 164 с.

**Кузьмук І.Я.,**

*к.е.н, асистент кафедри економічної теорії, менеджменту та  
адміністрування,*

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

**Ваганова О.В.,**

*студентка,*

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

## **Соціальне підприємництво як компонент розвитку економіки України**

Соціальне підприємництво мало відоме явище в Україні. Під поняттям „соціальне підприємництво» слід розуміти, що це діяльність, яке використовує нові ідеї, залучає різні ресурси для вирішення суспільних проблем. Для вирішення цих проблем існує співпраця з такими інститутами як: держава, державні, приватні та неурядові організації, підтримка із іноземними партнерами тощо.

Соціальне підприємництво динамічно розвивається в європейських країнах, вирішуючи проблеми безробіття, соціального захисту, громадського залучення тощо. Головна місія соціального підприємництва — це приносити користь суспільству. Прикладом соціального бізнесу можна назвати *GrateenBank*, заснований М. Юнусом. Цей банк видавав мікрокредити бідним жителям індійських сіл. Соціальним бізнесом можна також вважати серію кросівок «Адідас» для людей з проблемами опорно-рухового апарату, партію дешевих вітамінізованих йогуртів «Данон» для Азії, дешеві проти москітні сітки *BASF* та інші.

Найпоширенішим видом діяльності українських соціальних підприємств є надання послуг — майже 67 % підприємств (освіта, спортивні клуби, туризм, шиномонтаж); далі йде поєднання виробництва і надання послуг — 26 % (легка промисловість і психологічна допомога, виробництво сувенірної продукції

української тематики, надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів). *Виробничою діяльністю займаються лише 7 % підприємств (сфера харчування, поліграфія, сільське господарство). На сьогодні в Україні нараховується близько 700 підприємств, які за тими чи іншими ознаками можна віднести до категорії «соціальнонепідприємство».* [1].

Соціально підприємство являє собою відносно молоду діяльність у зв'язку з певними обставинами.

Можна вважати основними причинами непопулярності соціального бізнесу в Україні такі[2]:

- Відсутність розуміння соціального підприємництва
- Великий комерційний ризик пов'язаний із залученням особистих коштів
- Обмеженість фінансових ресурсів
- Низька продуктивність праці
- Слабка сприйнятливість до найновіших досягнень НТП

На сьогоднішній день в Україні державні органи не здійснюють активну політику у напрямку підтримки і розвитку такого виду підприємств. Одним із кроків у напрямку підтримки соціального підприємництва можна вважати два законопроекти: «Про соціальні підприємства» та «Про внесення зміни до ст.154 Податкового кодексу України щодо підтримки соціальних підприємств», які були внесені у 2012 році на розгляд Комітету ВР з податкової політики.

«Перший вводив поняття «соціально підприємство» та визначав критерії, за якими підприємство могло бути визнане «соціальним». Другим законопроектом пропонувалося звільняти соціальні підприємства від оподаткування прибутку, отриманого від продажу (постачання) товарів і виконання соціальних робіт і послуг.

Сфера, яку мали б просувати державні підприємства і стимулювати відповідне законодавство, залишає бажати кращого. Приватні компанії,

особливо з міжнародними зв'язками, є набагато активнішими та відкритими до діалогу з громадами. Водночас значна частина вітчизняних компаній достатньо умовно виконують базові вимоги законодавства про сумлінну сплату податків та зборів, не вважаючи себе зобов'язаними до більшого.

Зараз держава в соціальне підприємництво не втручається. За словами Лії Котяш, у цьому є свої мінуси, адже за браку визначених законодавством критеріїв будь-яке підприємство може назвати себе соціальним, хоч таким не є. Котяш вважає, що зараз недостатньо було б запровадити в законодавстві термін «соціальне підприємництво», бо це може обмежити діяльність таких підприємств, вони будуть змушені виконувати певні зобов'язання, не дістаючи натомість жодних преференцій. Зараз в Україні єдині соціально відповідальні підприємства, які отримують пільги від держави, це ті, що працевлаштовують людей з інвалідністю. Вони мають пільги на податок за умови, якщо на них працюють не менше ніж 50% людей з інвалідністю.[3]

Єдиним бонусом, на який можна розраховувати, є програма кредитування соціального підприємництва від Ощадбанку за підтримки фонду WNISEF зі ставками від 5% до 10% річних. Щоб отримати кредит, підприємство повинне мати одну з трьох ознак: відповідний відсоток працівників із незахищених верств населення або конкретна частка прибутку на вирішення соціальних проблем.

Для активізації розвитку соціального підприємництва в Україні потрібне:

- прийняття закону про соціальне підприємництво, яким було б визначено чіткі критерії соціального підприємництва та створено правові механізми підтримки соціальних підприємців;
- поширення інформації про соціальне підприємництво через ЗМІ;
- створення спеціальних кредитних і позикових програм для залучення фінансових коштів на початковому етапі розвитку соціального підприємництва;

- започаткування програм підприємницького навчання охочих для реалізації діяльності у сфері соціального підприємництва;
- збільшення соціального капіталу для зростання рівня взаємодовіри та взаємодії у суспільстві.

Отже, розвиток соціального підприємництва в Україні незначний та потребує подальшого вивчення і аналізу. Та для подальшого розвитку потрібна допомога від інших інститутів, головним з яких вважається держава. Саме вона має відповідати за розроблення ефективних норм подальшого розвитку механізмів їх стимулювання і реалізації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Каталог соціальних підприємств України 2013 року / за ред. Назарук В. — К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013 — 79 с.
2. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства/Наумова М.//Україна: аспекти праці. Соціальна політика №4. – 2014, с.34–39.
3. Соціальне партнерство як запорука здорового розвитку бізнесу та суспільства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://gurt.org.ua/articles/33704/bull/?order=comments>

***Мельникова М.В.***

*д.е.н., доцент, провідний науковий співробітник  
відділу економіко-правових проблем містознавства,  
Інститут економіко-правових досліджень  
НАН України, м Київ, Україна*

#### **Про особливості інституту соціального підприємництва в сфері життєзабезпечення міста**

У даний час інститут соціального підприємництва продовжує поступово розвиватися в галузях суспільного сектору, включаючи сферу



життєзабезпечення міста. Так, у країнах Європейського Союзу налічується біля 2 млн. соціальних підприємств, на яких працює 11 млн. осіб, що складає шістнадцяту частину від всіх працюючих та десяту частину європейського бізнесу [1]. Це було досягнуто за рахунок формалізації інституту соціального підприємництва на підставі формування нормативно-правового забезпечення урядами таких країн, як Бельгія, Великобританія, Греція, Данія, Італія, Іспанія, Люксембург, Португалія, Словенія, Фінляндія Франція, Хорватія.

У сфері життєзабезпечення міста, яку складають підприємства міського господарства, що задовольняють потреби населення й бізнесу у різних видах обслуговування (включаючи водо-, тепло-, газо-, електропостачання, утилізацію твердих побутових відходів та благоустрій території), також розвивається соціальне підприємництво. Саме благоустрій території та утилізація твердих побутових відходів, як свідчить зарубіжний досвід, виступає достатньо прийнятним видом діяльності для соціального підприємництва. При цьому особливо слід відмітити приклади соціального підприємництва в містах, що входять до ТОП-10 комфортних міст світу. Це, зокрема: «міський город» у Відні, система збору та утилізації сміття в Цюриху, стратегія створення оновлених «міських комм'юніті» у Ванкувері, розвиток «зеленого міста» в Копенгагені та безкоштовне вивчення німецької мови іммігрантами в Базелі.

Інститут соціального підприємництва, за визначенням А.В.Кудинової та С.І. Кочук, являє собою «застосування образу мислення, процесів, інструментів, технологій звичайного підприємництва для діяльності на благо суспільства та екології» [2, с.6]. Ними також систематизовано три основні підходи до здійснення соціального підприємництва у різних країнах світу. Перший підхід: підприємницька діяльність неприбуткових організацій, дохід від якої спрямовується на реалізацію уставних цілей організації. Другий підхід: бізнес з соціальною місією, метою діяльності якого виступає соціальний ефект від підприємницької діяльності та фінансова ефективність. Третій підхід: інноваційна підприємницька діяльність заради соціальних перетворень у суспільстві та спільнотах [2, с.10-11].

Для сфери життєзабезпечення українських міст притаманне застосування як першого, так і другого підходів, що обумовлено особливостями інституту місцевого самоврядування. Так, у відповідності до українського законодавства місцеве самоврядування здійснюється територіальною громадою безпосередньо та через представницькі органи. Тому ініціаторами проектів розвитку сфери життєзабезпечення міста можуть виступати як безпосередньо мешканці міста на засадах місцевої ініціативи, так органи місцевого самоврядування. Порядок внесення та розгляду місцевої ініціативи визначається законом «Про місцеве самоврядування в Україні», статутом територіальної громади та положенням «Про місцеві ініціативи». Тому проекти розвитку у сфері життєзабезпечення міста, які реалізуються громадською організацією, створеною за ініціативою мешканців міста, відповідають першому підходу до соціального підприємництва. Прикладами такого підходу до соціального підприємництва є громадський ресторан «Urban Space 100» у м. Івано-Франківськ та соціальний проект «Собачі вбиральні», що реалізується в містах Києві та Львові. Другому підходу відповідає реалізація проектів розвитку у сфері життєзабезпечення міста, яка здійснюється за ініціативою органів місцевого самоврядування або бізнесу на засадах публічно-приватного партнерства. Прикладами такого підходу можна вважати соціальне підприємство «ГоРодина» у м. Львові та парк князів Сангушків у м. Славута Хмельницької області.

Не дивлячись на незначний досвід застосування інституту соціального підприємництва в сфері життєзабезпечення українських міст, слід погодитися з А. Гулевською-Черниш та С.Арентом про необхідність формалізації інституту соціального підприємництва в Україні шляхом його закріплення на законодавчому рівні у відповідних нормативно-правових актах [1;3,с.73]. Це дозволить забезпечити державне регулювання та стимулюватиме розвиток соціального підприємництва у суспільному секторі економіки України, включаючи сферу життєзабезпечення міста.

Що стосується сфери життєзабезпечення міста, то поряд із формалізацією інституту соціального підприємництва, необхідним постає правове

врегулювання дії суміжних інститутів: інституту місцевого самоврядування та інституту публічно-приватного партнерства. Зокрема доцільним є прийняття Закону України «Про місцеві ініціативи» (проект якого за №2296а було зареєстровано Верховною Радою України 6 липня 2015 р.) та вдосконалення чинного Закону України «Про державно-приватне партнерство» № 2404-VI від 1 липня 2010 р у частині визначення форм взаємодії між партнерами, способів поєднання ресурсів та розподілу результатів, а також прийняття рішень з урахуванням інтересів учасників реалізації проекту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гулевська-Черниш А. Соціальне підприємництво: європейський зліт vs український реалізм / А. Гулевська-Черниш // Дзеркало тижня. –2018. – № 1185. – 17-23 березня.
2. Кудінова А.В. Інститут соціального підприємництва: сутність та перспективи розвитку / А.В. Кудінова, С.І. Кочук // Економіка та підприємництво : зб. наук. праць – Київ : КНЕУ, 2013. – Вип. 31. – С. 5-12.
3. Арент С.С. Державна підтримка соціального підприємництва: досвід для України / С.С.Арент // Державне управління:теорія і практика. – 2017. –№1. –С.70-75.

**Музиченко Г. В.**

*доктор політичних наук, професор  
Університет Ушинського (м. Одеса),*

**Коляда Т. А.**

*кандидат економічних наук, доцент  
Університет Державної фіскальної служби України*

## **Організаційно-правові засади фандрейзингових кампаній в Україні**

Особливу роль в реалізації успішних економічних перетворень виконує соціальна сфера, яка акумулює соціальні інтереси різних верств населення та спрямована на задоволення людських потреб в культурно-освітньому та інтелектуальному розвитку, охороні здоров'я, відпочинку тощо [Див.: 1].

Країни Європейського Союзу приділяють велику увагу належному фінансуванню соціокультурної сфери, що підкріплено нормами права. Зокрема, у Резолюції Ради ЄС по використанню культурної політики в цілях розвитку встановлена вимога до національних урядів «надати для розвитку культури додаткові людські та фінансові ресурси, для чого, зокрема, підтримувати і збільшувати інвестиції в розвиток культури на національному рівні, а також виділяти, де це можливо, певний відсоток урядового бюджету на ці цілі відповідно до загальних завдань, пріоритетів і програм розвитку; застосовувати податкові пільги для культурної діяльності, щоб залучати приватні інвестиції в розвиток культури, і робити механізми додаткового фінансування, такі як громадські фонди і комерційні проекти в установах культури, туризмі і спорті» [Цит. за: 2, с. 121].

На модель фінансування соціальної сфери значний вплив мають такі чинники, як традиційні, національні, культурні переваги, а також розвиток добродійності, спонсорства та меценатства. Досвід країн ЄС свідчить про розвиток механізмів соціального партнерства на основі змішаного державно-

приватного фінансування, серед яких істотно виділяється технологія фандрейзингу.

Наразі філантропія в Україні відроджується, хоча й має давні історичні корені. Залишаючись унітарною державою, Україна визначає державний та місцевий бюджети основним джерелом фінансування соціальної сфери, хоча й стимулює бюджетні організації та установи до пошуку додаткової фінансової підтримки за допомогою фандрейзингу. При цьому не слід перебільшувати роль останнього, або вважати його альтернативою державному фінансуванню. Це, перш за все, технологія залучення додаткових коштів.

Одною з перешкод розвитку фандрейзингових кампаній є слабкий інтерес до них з боку великого бізнесу, який переважно керується комерційним інтересом. Традиційно для подолання такої проблеми країни світу ідуть шляхом створення особливих умов оподаткування бізнесу. Корпорація, яка здійснює спонсорство і та, яка здійснює пожертвування після сплати податків мають в кінцевому рахунку однаковий прибуток [1].

Україна в цьому аспекті також вжила заходів щодо заохочення потенційних донорів зі сфери бізнесу, запровадивши на законодавчому рівні положення про те, що держава створює сприятливий режим оподаткування фізичним та юридичним особам, які спрямовують кошти на благодійність. Механізм податкового заохочення підтримки діяльності у соціальній сфері визначається податковим законодавством України.

Законодавчого визначення таких можливостей недостатньо для того, щоб фандрейзингова кампанія стала успішною. Залучити спонсора лише можливостями пільгового оподаткування та привабами набираючої оберту концепції соціально відповідального бізнесу європейського зразка досить важко. Успіх мають ті організації, які довіряють цю справу фахівцям. Спілкування з комерційними структурами – потенційними донорами потребує знань з брендингу, зв'язків з громадськістю, розвитку персоналу, роботи з цільовими аудиторіями тощо. Пошук додаткових джерел фінансування має бути справою не лише держави або місцевої громади, а, перш за все, самого

закладу чи організації. Саме керівництво таких закладів має бути обізнаним в технологіях фандрейзингу.

Отже, звернення до фандрейзингу обумовлено необхідністю взаємної відповідальності і суспільства, і органів публічної влади та управління за всебічний суспільний розвиток населення, а також вагомістю останнього у здійсненні економічних перетворень в державі.

Успіх фандрейзингових кампаній залежить не тільки від законодавчо визначених умов для такого роду діяльності, а перш за все, від бажання та можливостей організацій та установ, що потребують залучення додаткових коштів, та їх керівництва здійснювати такі кампанії. Це потребує ствердження фандрейзингу не тільки як технології залучення фінансових ресурсів, а й як виду професійної діяльності в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Музиченко А. В., Назарова Н. С., Стрижова И. А. Общество потребления в эпоху глобализации: социально-политические аспекты / А. В. Музиченко, Н. С. Назарова, И. А.Стрижова. – Одесса: Печатный дом, 2014. – 200 с.

2. Музиченко Г. В. Місце фандрейзингу у фінансуванні соціокультурних проєктів в Україні / Г. В. Музиченко // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України: зб. матер. наук.-практ. конференції, 28-29 вересня 2017 р./ Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – Київ, 2017.- С. 120-124.

**Нагорна О.В**

*к.е.н., доцент, доцент кафедри інвестиційної діяльності  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»*

**Голубнюк М.О., Голубнюк А.О.**

*студентки V курсу фінансово-економічного факультету,  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет ім. Вадима Гетьмана»*

### **Соціальне підприємництво в Україні**

У сучасному суспільстві відмічається загострення загальносуспільних та екологічних проблем і за таких умов, більшість державних та приватних філантропічних зусиль не виправдовують очікувань суспільства, особливо у періоди скорочення державних видатків на соціально-економічні програми. Тому значної ролі набуває соціальне підприємництво, яке поєднує у собі ділову винахідливість та власні ресурси для вирішення визначених проблем. Для України за останні роки ця тема набула неабиякої актуальності та особливого значення. Насамперед це пов'язано з низкою сучасних проблем, в тому числі з військовими діями на Сході та проблемами щодо внутрішньо переселених осіб, що створюють додаткові причини щодо активізації соціальних ініціатив.

Найбільш поширене визначення соціального підприємництва належить Грегорі Дізу, який виокремив п'ять факторів, що його визначають:

- 1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальних цінностей (блага);
- 2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
- 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання;
- 4) рішучість дій, яка не обмежена ресурсами;

5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності - як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [1].

Соціальне підприємство – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємства спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи на вирішення гострих суспільних проблем. Діяльність таких підприємств зосереджена в таких галузях, як освіта, охорона навколишнього середовища, боротьба з бідністю, захист прав людини тощо. Соціальне підприємництво динамічно розвивається в європейських країнах, зокрема, вирішуючи проблеми безробіття, соціального захисту, громадського залучення, тощо.

Для України явище соціального підприємництва не є новим. Його зародження почалося ще в ХХ столітті з діяльності відомих підприємців-меценатів Ханенків, Терещенків, Яхненків, Симиренків, Харитоненків та інших, які інвестували значну частину своїх прибутків у розвиток української освіти, культури та соціальної сфери. На даний час, розвиток соціального підприємництва активно підтримується міжнародними організаціями та фондами. Зачатки соціального підприємництва, які є в Україні, втілюються здебільшого за рахунок донорів і закордонних грантів.

У 2004 році «Мережа громадянської дії в Україні» (UCAN) за фінансової підтримки Агенції США з міжнародного розвитку (USAID) реалізувала проект «Соціальне підприємництво» в Україні [2]. У період до 2007 року за програмою UCAN було надано гранти на реалізацію 28 проектів, щодо створення соціальних підприємств на території України. 2010 рік відзначився створенням Консорціуму «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні», до якого увійшли Фонд «Східна Європа», Міжнародний фонд «Відродження», комерційний банк «Ерстебанк» та міжнародна аудиторська компанія «PWC».

У 2015 році Western NIS Enterprise Fund (США) [3], за підтримки USAID запроваджує Програму соціального інвестування, метою якої є надання кредитування для розвитку соціальних підприємств під низькі кредитні ставки через комерційні банки в Україні.



У зв'язку з військовими діями багато міжнародних донорських організацій запровадили програми з підтримки ВПО (внутрішньо переселених осіб) задля відкриття ними власної справи (бізнесу). Такі програми відкрили: Програма розвитку ООН, Міжнародна організація з міграції, Міжнародний фонд «Відродження» та інші, що, по суті, стало суттєвою підтримкою розвитку соціальних підприємств.

В Україні можна виділити певні особливості соціального підприємництва. Відтак, дане поняття не закріплено в законодавчо-нормативному полі України, що створює певні труднощі у веденні такого бізнесу. Однією з позитивних тенденцій соціального підприємництва є їх виникнення у великих містах, територія поширення їх діяльності здебільшого охоплює локальний рівень або усю територію України [4]. Основними напрямками роботи є забезпечення працевлаштування та підтримка ефективної роботи підприємства. Значно менше тих соціальних підприємств, що мають на меті генерування прибутку для окремих груп населення та надання певних видів послуг.

У своїй повсякденній роботі соціальні підприємства стикаються із значними проблемами, які умовно можна поділити на матеріальні та соціальні. Суттєвою перешкодою в розвитку соціального підприємництва в Україні є нестача фінансування, а також низький рівень соціальної свідомості, нерозуміння з боку суспільства. Перешкоди соціального характеру включають і недостатній рівень кваліфікованих кадрів та досвіду, а також відсутність поінформованості щодо ролі соціального підприємництва у суспільстві.

Отже, соціальне підприємництво є важливою ланкою загального соціального розвитку суспільства, адже інтереси суспільства висуваються на перший план, залишаючи позаду прагнення до отримання фінансового прибутку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Dees, J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of

Business, 2001 (revised vers.). [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf)

2. Офіційний сайт UCAN — Соціальне підприємництво [Електронний ресурс] / Режим доступу:

[http://www.unicorn.cn.ua/ukr/activities/social\\_entrepreneurship/index.html](http://www.unicorn.cn.ua/ukr/activities/social_entrepreneurship/index.html)

3. Офіційний сайт Western NIS Enterprise Fund [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://wnisef.org/uk/>

4. Соціальне підприємництво в Україні: звіт за результатами дослідження / Наталія Гусак, Вікторія Кузнєцова, Тетяна Стеценко. — К.: Pact, Inc., Western NIS Enterprise Fund, Школа соціальної роботи НаУКМА, ГО «Молодіжний центр з трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ ХХІ» 2016. — 45 с.

***Проскурович О.В.,***

*к.е.н., доцент кафедри АСМЕ Хмельницького національного університету*

***Хруст І.Б.,***

*магістрант заосвітньою програмою «Економічна кібернетика»,*

*Хмельницького національного університету*

### **Тенденції соціального підприємництва в Україні**

Стрімкий розвиток інтеграційних процесів в Україні та світі потребує розробки стратегії ефективного соціально-економічного розвитку, в межах якої варто трансформувати підходи до розвитку інтелектуального потенціалу держави за рахунок освіченості та підприємництва. Одним із пріоритетів глобального розвитку економіки України є її адаптація до умов інклюзивної економіки, розвиток малого та середнього бізнесу, мотивація працівників до покращення результатів роботи підприємств. Все це дозволить забезпечити

економічне зростання та розвиток промисловості на основі соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво розглядається як бізнес, спрямований переважно на соціальні цілі, з прибутками, що переважно скеровуються на саморозвиток, громадські справи чи розв'язання соціальних проблем щодо подолання безробіття, соціального захисту та соціальної адаптації у суспільстві. До соціального підприємства відносять таке у якому не менше 50% працевлаштованих осіб належать до соціально вразливих верств населення та частина чистого прибутку спрямовується на вирішення соціальних проблем суспільства (потреби дитячих будинків, допомога постраждалим від збройних конфліктів, тощо) [1]. Однак, в сучасних умовах, Україна має слабкі механізми розвитку та підтримки соціального підприємництва, що ускладнює можливості створення соціальних підприємств та становлення громадського суспільства. Тому соціальне підприємництво є гібридною моделлю ведення бізнесу з урахуванням специфічних умов бізнес-середовища та відносин зі стейкхолдерами [2].

Соціальне підприємництво сприятиме появі нових суб'єктів господарювання та новостворених робочих місць на них, зростанню рівнів доходів населення, його купівельній спроможності, скороченню чисельності бідних та безробітних, збільшенню ВВП та ВРП, зменшенню видатків з бюджетів всіх рівнів та позабюджетних фондів та, навпаки, зростання податкових та соціальних надходжень, збільшенню кадрового потенціалу. Поряд з цим соціальне підприємництво сприяє прогресивній зміні структури економічно активного населення щодо збільшення питомої ваги зайнятих економічною діяльністю, позитивну динамічну зміну чисельності економічно активного населення в цілому, шляхом зменшення економічно неактивного, адже воно передбачає працевлаштування людей з обмеженими можливостями та тих, хто належить до маргінальних груп, сприяє їх інклюзії в суспільство та знижує соціальну напругу й негативний вплив на екологію. У такий спосіб проявляється соціальний та економічний ефект соціального підприємництва.

За соціального підприємництва підвищується роль інновацій, оскільки вирішуються нові соціальні проблеми, яких раніше не існувало або не було знайдено за ними рішення та наявні проблеми суспільства інноваційними способами. Крім того, соціальне підприємництво спрямовано на вирішення проблем енерго- та ресурсозбереження як базису сталого розвитку суспільства, що передбачає впровадження інноваційних розробок [2].

Отже, соціальне підприємництво охоплює неприбуткові організації, які переважну частину своїх доходів отримують від звичайної підприємницької діяльності, ґрунтуючись на принципах соціально-відповідального бізнесу. В свою чергу соціальним підприємцем є той, політика якого враховує соціально-економічні інтереси його персоналу, громади та території, на якій він здійснює свою діяльність.

Дослідження сучасного стану та розвитку соціального підприємництва в Україні щодо світових соціально-економічних трансформацій та його місця у ринковому середовищі доводить існування наступних аспектів [3]:

1) основні перешкоди становлення та розвитку соціальної відповідальності у межах підприємництва спричинені низькими мотивацією та фінансовою стабільністю обмеженістю доступу до кваліфікованих спеціалізованих послуг;

2) основними перспективними напрямками розвитку соціального підприємництва в Україні, які спрямовані на впровадження новітніх підходів є орієнтація на більш сприятливе законодавче середовище з організацією відповідних ініціатив щодо залучення широких верств громадян та посадових осіб;

3) адекватне розуміння явища «соціального підприємства» дозволяє впроваджувати перспективні теоретично-методологічні розробки та надавати рекомендації щодо формування і розвитку соціально-відповідального підприємства, оскільки сприяють формуванню нових взаємовідносин «суспільство - підприємництво» і переходу на вищій щабель ринкової конкуренції.

Таким чином, сучасний стан розвитку економіки вимагає впровадження соціально-орієнтованих моделей бізнес-структур на основі сталого розвитку, і соціальне підприємництво є одним із прогресивних інструментів його забезпечення, позитивного впливу на економічні процеси через охоплення інтересів бізнесу, соціуму, інноваційного ефекту та їх масштабованості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт WNISEF [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wnisef.org/ua>.
2. Смачило В. В. Соціальне підприємництво як інтегративний інструмент сталого розвитку України: Європейський досвід / В.В. Смачило, В.Ю. Халіна // Інфраструктура ринку. Економіка та управління національним господарством.– Випуск 7. – 2017. – С. 76-82. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/7\\_2017\\_ukr/15.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/7_2017_ukr/15.pdf)
3. Сіренко Н.М. Соціальне підприємництво в Україні: основні аспекти / Н.М.Сіренко,Т.І. Лункіна// Сталий розвиток економіки. – №1. – 2016. – С.5-10.

***Розметова О.Г.***

*доцент, канд. з наук держ. упр.*

*Національний університет харчових технологій*

***Морозова Н.Р.***

*студентка 4 курсу*

*Національний університет харчових технологій*

### **Проект «Допомагай з Україною в серці» як інструмент корпоративної соціальної відповідальності на туристичному підприємстві**

Соціальна відповідальність бізнесу в сучасних умовах є важливим чинником життєздатності та ефективності підприємництва, конструктивної взаємодії тріади „влада – бізнес – суспільство”.

На сьогодні в Україні є нестабільне становище та проведення Операції Об'єднаних сил. Це має великий негативний вплив на українське суспільство, особливо на людей, які задіяні в даній операції. Це великий привід для підприємства, щоб задіяти свою корпоративну соціальну відповідальність.

Пропонується Проект з допомоги бійцям ООС ПІД НАЗВОЮ «ДОПОМАГАЙ З УКРАЇНОЮ В СЕРЦІ»

Сутність цього проекту полягає в тому, що підприємство збирає кошти на реабілітацію бійців ООС та сімей постраждалих. Реабілітація може бути у вигляді відпочинку у санаторії, психологічної допомоги, медичної допомоги та ін. Зібрані кошти підприємство переводить у Фонд допомоги бійцям ООС, а вони вже надають допомогу потребуючим особам. Збір коштів проводиться за відрахуванням % з кожного проданого туру.

Даний проект є дуже актуальним та участь у такому проекті зробить позитивний вклад у розвиток підприємства.

Етапи проекту:

#### 1. ОРГАНІЗАЦІЯ.

Підприємство домовляється з обраним фондом, який займається допомогою бійцям ООС. Потім підприємство визначає ставку відрахувань з кожної путівки. Ставка може залежати від розміру підприємства та обсягу реалізації продукції. Підприємство може як зробити націнку в обсязі виокремленого %, так і відраховувати з власних коштів. За рахунок невеликого відсотку, ціна на тур не буде сильно відрізнятися та обсяг продажу не зменшиться. Наприклад для великих підприємств, які мають філіали по всій Україні та свою велику клієнтську базу, достатньо зробити ставку в 1%. У Середньому це 100-200 гривень від кожного проданого туру. Та за рахунок великого обсягу продажу за місяць проведення такої акції можна отримати до мільйона гривень.

#### 2. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРІОДУ ПРОВЕДЕННЯ АКЦІЇ

Далі підприємство обирає період проведення даної акції. Найоптимальнішим варіантом є 2 місяці на рік. Підприємство обирає 2 місяці які є найвигіднішими з продажу послуг.

### 3. РЕКЛАМА

Після вирішення організаційних питань, підприємство проводить заходи для розповсюдження інформації про дану акцію. Можна розмістити інформацію на сайті компанії та зробити стенди або плакати в офісах, щоб клієнти та потенційні клієнти бачили, що можуть прийняти участь в благодійному проекті. Також інформацію про проект можна розмістити на сайті фонду допомоги, та крізь, де рекламується туристична компанія добавляти інформацію про початок проекту.

### 4. ЗБІР КОШТІВ

Переваги, які отримає туристична фірма після реалізації даного соціального проекту:

1. Організація створить позитивний імідж серед майбутніх партнерів, потенційних туристів, конкуруючих турфірм тощо.
2. Організація стане більш конкурентоспроможною на ринку туристичних послуг.
3. Поліпшаться зв'язків туристичної фірми з органами державної влади.
4. Туристична фірма отримає додаткову рекламу та збільшення потенційних клієнтів
5. Турфірма долучиться до числа компаній, які займаються допомогою бійцям ООС.

Отже, Підприємства повинні приймати участь у розвитку країни та суспільства. Загальними зусиллями можна досягнути неймовірних висот, тим більш в умовах Євроінтеграції, бо саме в Європі приділяється велика увага та вноситься великий вклад в життя людей та людини в цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку бізнесу / Н. А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 61–74.
2. Підписання президентом указу про початок операції об'єднаних сил [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://umoloda.kiev.ua/number/0/2006/122776/>

***Теплюк М.А.***

*к.е.н., асистент кафедри економіки підприємств  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
ім. Вадима Гетьмана»*

***Кармазіна Л.В.***

*студентка 2-го курсу МЕ-208*

***Цвітковський О.В.***

*студент 2-го курсу МЕ-208*

### **Соціальне підприємство як драйвер розвитку економіки України**

У сучасному світі соціальне підприємництво набуває все більшого значення. Дана тематика є досить актуальною та висвітлена в працях зарубіжних та вітчизняних авторів, а саме: С. Алворд, Г. Діс, Б. Дрейтон, Дж. Майр, Р. Спір та інших. Серед українських авторів є роботи: М.-С.Б Баранової, З. Галушки, О. Кіреєвої, В. Ковтун та інші. Розглядаючи дане питання ми прийшли до висновку, що соціальне підприємство – це бізнес, який створений для вирішення соціальних завдань, що зумовлює розвиток економіки країни. Головною відмінністю від благодійних організацій є прибуток таких підприємств, який витрачається на подальший розвиток бізнесу, громадські справи та вирішення гострих суспільних проблем. Соціальне підприємство діє в таких галузях як освіта, охорона навколишнього середовища, боротьба з



бідністю, захист прав людини тощо. У загальних рисах будь-яке соціальне підприємство виконує дії, що несуть значний позитивний вплив на економічну ситуації в країні. Пояснюється цей факт тим, що:

- економічне становище держави прямим чином залежить від соціального становища. Рівень освіти, стан охорони здоров'я, безробіття, наявність алко- та наркозалежного населення. Все перераховане тим чи іншим чином підпадає під категорію турбот соціальних підприємств та проблем, вирішенням яких вони займаються;

- підприємці, що взяли на себе відповідальність та тягар організації такої форми підприємства володіють значним підприємницьким хистом, оскільки, слід розуміти, що витрати на соціальні потреби йдуть з доходу від їх підприємств. Тобто, допомагаючи вирішувати соціальні проблеми в країні, ці підприємства все одно залишаються прибутковими. Для цього підприємці знаходять нові шляхи ведення бізнесу, запроваджуючи різноманітні інноваційні технології та методики, що, фактично, можуть бути перейняті будь-яким іншим суб'єктом ринкових відносин. Таким чином вони сприяють прогресу;

- соціальні підприємства у всьому світі мають багато спільного – їх об'єднує спільна місія. Таким чином національні соціальні підприємства нерідко починають співпрацювати з такими самими підприємствами з інших країн, виходячи на міжнародний рівень та обмінюючись досвідом;

- вирішуючи соціальні проблеми на місцевому чи національному рівні, соціальні підприємства дозволяють уряду зменшити бюджетні витрати на вирішення проблем, економлячи бюджетні кошти, що, таким чином, можуть бути спрямовані на інші цілі. Конкретно для України цей пункт є надважливим в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів;

- крім того будь-яке соціальне підприємство виконує всі ті функції, що й будь-яке підприємство не соціального характеру. До них можна віднести створення робочих місць та ВВП.

Українські соціальні підприємства опосередковано та безпосередньо впливають на економічну ситуацію в країні. Наприклад, «Вигода» (Житомир) працевлаштовує соціально незахищені верстви населення: колишніх алко- та наркозалежних, ув'язнених. Також допомагає людям соціалізуватися та зберегти трудові навички.

«Злагода» (Краматорськ, Донецька область) шукає робочі місця для людей з обмеженими можливостями, займається їх фінансуванням та підтримує участь в соціальному житті. На даний момент було створено робочі місця для 80 людей з інвалідністю, побудовано склади зі зручним під'їздом для людей на візках.

Соціальне підприємство «Горіховий дім» (Львів) було створено з метою подолання бідності. Воно займається наданням тимчасового житла жінкам, які знаходяться у кризових ситуаціях, підтримує їх 40% від прибутку засновники використовують для фінансування соціальної послуги, що являє собою утримання жіночого центру з відповідною назвою «Горіховий дім». Було створено новий для України бізнес-напрямок – кейтеринг, та пекарня «Горіховий дім» вийшла на нові ринки.

Благодійний фонд «Дорога до дому» (Одеса) також займається боротьбою з безробіттям та долає проблеми відчуження незахищених верств населення від суспільства. Влаштовує бездомних, алко- та наркозалежних влаштовує їх на роботу та допомагає їм з процесом соціалізації.

Спільнота взаємодопомоги «Оселя» (Львівська область) займається працевлаштуванням бездомних та алкозалежних, сприяє їх соціальній адаптації. Медичний реабілітаційний центр «Здоров'я» та ТОВ «Спектр Плюс» (Донецька область) лікують дітей із неблагополучних або бідних сімей за кошти громадських організацій. Весь прибуток ТОВ «Спектр Плюс» витрачається на допомогу людям з обмеженими можливостями [1].

Отже, запровадження соціальних підприємств на території України є дуже важливим. Вони сприяють вирішенню соціальних проблем, подоланню соціальної ізоляції, наданню соціального захисту, працевлаштуванню,

наданню соціальних послуг, зниженню навантаження на місцеві бюджети при вирішенні соціальних проблем. Соціальні підприємства мають створюватися для того, щоб приносити користь суспільству, при цьому не ігноруючи базову необхідність будь-якого підприємства в отриманні прибутку. Таким чином соціальні підприємства і стають однією з рушійних сил прогресу в країні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Соціальне підприємництво в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.socialbusiness.in.ua>
2. Соціальне підприємництво — неоцінена необхідність [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[https://dt.ua/economics\\_of\\_regions/socialne-pidpriyemnictvo-neocinena-neobhidnist-.html](https://dt.ua/economics_of_regions/socialne-pidpriyemnictvo-neocinena-neobhidnist-.html)

*Ткаленко С.І.*

*к.е.н., доцент, доцент кафедри європейської інтеграції  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

### **Соціально відповідальна держава як основа соціального підприємництва**

В сучасних умовах розвитку економіки заснованої на знаннях усе більше уваги країни приділяють соціальній відповідальності. Становленню в інформаційній економіці соціально відповідальної держави, особливо у високо розвинутих країнах, сприяли такі фактори, як (1) глобалізація, яка призводить до кардинальних змін на континентах, змін у національних економічних системах, модернізаційних зрушеннях, (2) скорочення державного сектора в соціальній сфері, що обумовлено різноманітними політичними рішеннями держав, зростанням приватного сектору, підприємництва й відповідно зростанням приватних активів і прибутків. Але разом з тим слід зазначити, що

цілі діяльності соціальної держави не завжди співпадають з характеристиками сучасного суспільства [2].

Нагадаємо, що термін «соціальна відповідальність» набув поширення ще наприкінці минулого століття, у 1970-х рр., хоча різні складові, фактори соціальної відповідальності були предметом діяльності організацій та урядів ще наприкінці XIX століття, а в деяких аспектах навіть раніше.

Україна, як країна, яка орієнтується на західні цінності повинна розвиватися, перш за все, як соціальна держава, що означає врахування інтересів суспільства, яке буде відповідати за прийняття рішення за тих, на кого безпосередньо або опосередковано ці рішення впливають. Правову основу, яка дозволяє віднести державу до того чи іншого типу соціальної держави, складають її певні пріоритети, що фокусуються на одному з трьох елементів: політичних прав, громадянських прав або прав соціальних [1]. Відповідальне ставлення держави повинно реалізовуватися через соціальну політику, яка у свою чергу сприятиме забезпеченню високого рівня і якості життя населення, економічному зростанню держави, що залежить від сфери підприємництва, та сприятиме вирішенню гострих соціальних проблем, які постали перед країною на сучасному етапі подальшого її розвитку (а саме, проблеми які пов'язані з проведенням і реалізацією соціальної політики в умовах проведення антитерористичної операції на сході та економічних проблем сьогодення).

Формуванню ефективної соціальної моделі України в умовах європейської стратегічної спрямованості, економічного зростання будуть сприяти соціальні інвестиції, які являють собою форму фінансової або іншої ресурсної допомоги. Така допомога може надаватися як державою, а найчастіше саме корпораціями (наприклад, на реалізацію довгострокових та/або сумісних партнерських програм, спрямованих на зниження соціальної напруги в регіонах присутності корпорації і підвищенні рівня життя різних шарів суспільства). Саме соціально відповідальна держава є основою соціального підприємництва. Соціальний бізнес може приймати участь у фінансуванні масштабних інвестицій в медичні,

спортивні, культурні об'єкти тощо; сприяння розвитку культури, мистецтва, освіти, духовного розвитку; охороні навколишнього середовища; підтримки незахищених верств населення тощо.

Отже, держави відіграє важливу роль у реалізації як соціальної політики, так й залучення соціальних інвестицій та загалом стандартів соціальної відповідальності. Стандарти соціальної відповідальності можна застосовувати у сфері соціально відповідального інвестування та залучення приватних інвестицій, у сфері державних закупівель, а також застосування стандартів сприятиме зміцненню потенціалу нашої країни, як такої, що розвивається, та дотриманню загальноприйнятих міжнародних стандартів. Стандарти соціальної відповідальності в першу чергу спрямовані на досягнення цілей сталого розвитку, розвиток міжнародного співробітництва, що сприятиме становленню в Україні ринкової економіки та залученню до світової міжнародної спільноти й забезпечить належне гідне місце.

#### **Список використаних джерел:**

1. Титаренко Л. Становлення, розвиток та перспективи соціально орієнтованої держави в Україні / Л. Титаренко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2010 – Вип. 41. – С. 132-140.
2. Giddens, A. Global Europe, Social Europe. / Giddens, A., Diamond, P., Liddle, R. – Polity Press, 2006. – 307 p.

***Ховрак І.В.***

*к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і фінансів*

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського*

#### **Надання соціальних послуг: досвід та перспективи співробітництва державних та недержавних організацій**

Розвитку громадянського суспільства притаманне надання, розширення та поглиблення соціальних прав громадян, яке досягається за допомогою розробки

та реалізації комплексу соціальних послуг. Європейський досвід свідчить про існування різних схем надання соціальних послуг та організації соціального забезпечення (табл. 1). При цьому виділяють наступні блоки соціальних послуг: соціальне страхування (допомога на випадок інвалідності, хвороби, смерті, довгострокового догляду, виробничого травматизму), програми ринку праці (допомога безробітним), соціальна допомога (допомога на житло, освіта, допомога по догляду за дітьми, встановлення мінімальної заробітної плати).

Таблиця 1

Схеми надання соціальних послуг та організації соціального забезпечення\*

|                         | Накопичувальний режим  | Безвнесковий режим   | Соціальні дії   |
|-------------------------|--|--|---|
| Цільові групи           | Наймані працівники<br>Самозайняте населення<br>Їх родичі   | Сім'ї<br>Діти<br>Особи з особливими потребами  | Бідні сім'ї;<br>Слабкі міські та сільські громади   |
| Компоненти              | Загальна обов'язкова схема   | Безвнескові схеми соціального захисту  | Соціальна допомога<br>Побутові послуги та соціальне обладнання<br>Національна програма боротьби з бідністю                          |
| Основні ризики та схеми | Хвороба<br>Материнство<br>Виробничий травматизм<br>Безробіття<br>Інвалідність<br>Похилий вік<br>Смерть | Підтримка дітей через допомогу сім'ї<br>Підтримка материнства та осіб, що знаходяться на утриманні<br>Соціальна пенсія та допомога особам з особливими потребами | Економічна криза<br>Соціальна дискримінація<br>Соціальний та громадський розвиток<br>Потреби членів родини (довготерміновий догляд) |

|  |                |  |  |
|--|----------------|--|--|
|  | Сімейні пільги |  |  |
|--|----------------|--|--|

\* складено на основі джерела [4, с. 216]

Існує велика складність у визначенні соціальних послуг, оскільки цей термін означає різні речі в різних країнах. Учасники незалежної європейської мережі соціальних послуг ESN основну увагу приділяють наданні різноманітних соціальних послуг наступним групам осіб[1, с. 2]: уразливі діти та сім'ї (у т.ч. дошкільний догляд за дітьми); особи з обмеженими можливостями або проблемами психічного здоров'я; особи з наркотичною, алкогольною або іншою залежністю; бездомні особи та особи, що мешкають у небезпечному житлі; особи в умовах довгострокового безробіття; особи, що мають боргові проблеми; літні люди з потребами догляду; вразливі мігранти.

В процесі надання соціальних послуг відбувається взаємодія основних груп зацікавлених сторін: держави (представники місцевої та центральної влади, які гарантують доступ до соціальних послуг, визначають механізми регулювання на національному і локальному рівні, оцінюють їх реалізацію), постачальники (державні та недержавні організації, а також індивідуальні особи, сім'ї або волонтери) та споживачів (особи, що потребують допомоги) послуг (рис. 1).



Рис.1 Взаємодія основних груп зацікавлених сторін в процесі надання соціальних послуг

Важливим є гарантування належного рівня надання соціальних послуг[3, с. 8], тому світовий досвід вказує на доцільність впровадження стандартів, здатних захистити одержувачів послуг. Головними перевагами застосування стандартів є: сприяння обслуговуванню конкурсів та тендерів на послуги; формалізація вимог до надання послуг; забезпечення стабільної якості та досягнення її незалежності від підрядника або конкретних осіб; отримання орієнтиру для розвитку та реформування галузів метою покращення якості життя населення.

В сучасних умовах світова система надання соціальних послуг зазнає радикальних змін, оскільки розподіл асигнувань базується на рівні ефективності соціальної політики, а не на обіцянках щодо зміни політики [2, с. 2]. Саме тому у нестабільних державах зовнішні донори спрямовують більшу частину своєї допомоги на надання соціальних послуг недержавним



організаціям. У даному випадку увага має приділятися внутрішнім компетенціям недержавних організацій та адекватною оцінкою їх результативності, а також відповідності запитуваних ресурсів реальним потребам. В цілому, найефективнішою є модель надання спільних соціальних послуг за спільними замовленнями, наданими недержавними організаціями та урядом. Важливою є саме спільна розробка політики та участь всіх зацікавлених сторін, що дозволить повніше врахувати потреби людей, яким спрямовані соціальні послуги, і, відповідно, підвищить ймовірність громадянської підтримки та подальшої участі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Barnett S. The challenges currently facing social services: a view from the public sector / S. Barnett. – European Social Network, 2012. – 7 p.
2. Bold T. The Provision of Social Services in Fragile States: Independent Service Authorities as a New Modality / T. Bold, P. Collier, A. Zeitlin. – Centre for the Study of African Economies University of Oxford, 2009. – 44 p.
3. Cibor K. Standardy usług społecznych. Cele, korzyści, przykłady / K. Cibor. – Warszawa: FISE, 2015. – 27 s.
4. Ferrera M. Welfare State Reform in Southern Europe Fighting poverty and social exclusion in Italy, Spain, Portugal and Greece. Routledge / M. Ferrera // EUI Studies in the Political Economy of Welfare. – 2005. – P. 216.

**Шергіна Л.А.**

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

**Нотевський Є.В.**

*студент факультету економіки та управління  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

## **Досвід формування соціального підприємництва в країнах Європи і США**

Сьогодні соціальне підприємництво не просто набуває все більше актуальності, а й поступово стає невід'ємною складовою нашого життя. Необхідним є розгляд формування даної категорії у різних країнах світу. Так, витоки соціального підприємництва в європейських державах пов'язані переважно з кооперативним рухом, тоді як у США – із вкладом у соціальне підприємство без відсотка, під низький відсоток, а також на умовах повернення частини суми.

Підґрунтям для розвитку соціального підприємництва в Європі стала активізація з середини ХІХ століття кооперативного руху. У Європі формування соціального підприємництва залежало від специфіки формування неприбуткового сектору кожної з країн. На початку ХХ століття кооперативи вже відігравали важливу роль у вирішенні соціальних проблем європейських країн.

Соціальне підприємництво почало динамічно розвиватись та стало об'єктом наукових досліджень наприкінці 1980-х років в Італії завдяки поширенню кооперативного руху. Так, на законодавчому рівні було врегульовано діяльність соціальних кооперативів. Ці кооперативи поділялися на дві групи. До першої групи відносилися кооперативи із соціального

обслуговування, які надавали послуги у сфері охорони здоров'я, освіти, догляду за людьми похилого віку та інвалідами. Друга група кооперативів спеціалізувалася на наданні послуг із працевлаштування незахищених верств населення. Головним завданням цих кооперативів було ідентифікувати та вирішити нагальні соціальні проблеми широкого кола громадян, що стало соціально-економічною та правовою інновацією в цій країні.

У наукових публікаціях термін «соціальне підприємництво» можна знайти вперше в 1972 р., завдяки Б. Дрейтону, засновнику «Ашока». «Ашока» (Ashoka) – найбільша міжнародна організація, що об'єднує лідерів соціального підприємництва з усього світу, чия діяльність спрямована на системне вирішення найбільш гострих соціальних проблем.

У 1978 р. у Великій Британії була обґрунтована концепція соціального підприємства, діяльність якого уособлювала основні правила кооперативу, що базується на спільній власності, та відповідала принципам економічної, соціальної та екологічної ефективності. Основна ідея даної концепції лягла в основу найбільш поширеного визначення соціального підприємства як юридично зареєстрованої організації, яка перебуває у спільній власності, заснована на принципах рівної частки власності та вирішує суспільні та екологічні проблеми [2].

У Сполученому Королівстві ще в середині ХІХ ст. також були засновані кооперативи для фінансування соціально-економічних проблем. Кредитні спілки набули популярності в кінці ХІХ ст., особливо на території сучасної України, яка тоді перебувала у складі Австро-Угорської імперії.

Питома вага соціальних витрат в структурі бюджету південних країн Європи (Іспанія, Італія, Португалія) є меншою у порівнянні з іншими європейськими країнами. Це пояснює незначну кількість неприбуткових організацій у цих країнах. У 90-х роках в Італії, Португалії та Греції виникають перші соціальні підприємства, ухвалюються закони, що спрямовуються на підтримку підприємств, створених у формі кооперативу. Зокрема, перший

нормативно-правовий акт – «Закон про соціальні кооперативи», який регулював діяльність соціальних підприємств був прийнятий в Італії у 1991 р. [2].

Становлення соціального підприємництва в Сполучених Штатах Америки відбувається в середині ХХ ст., коли державне фінансування неприбуткового сектору стало значно скорочуватись у контексті зростання попиту на соціальні, освітні, медичні та інші суспільно важливі послуги, які надавались неприбутковими організаціями [1].

Значну допомогу в розвитку соціального підприємництва надає уряд США переважно в наступних п'яти напрямках:

- 1) стимулювання соціальних інновацій;
- 2) створення сприятливих умов для розвитку соціальних ініціатив;
- 3) визнання і заохочення успішних соціальних ініціатив;
- 4) допомога в поширенні і розвитку успішних соціальних ініціатив;
- 5) поширення інформації про ефективність соціального підприємництва.

У середині ХХ ст. скорочення державних програм соціального захисту як у Європі, так і США примусило неприбуткові організації перейти до активного пошуку додаткових ресурсів та створювати прибуткові організації з генеруванням прибутку, який витрачається виключно на виконання місії, наприклад, благодійні магазини в Сполученому Королівстві. На сьогодні функції та моделі соціальних підприємств на всіх континентах відображають силу глобалізації через поширення та запозичення практик і підходів, що просуваються у світі [3].

Можна зробити висновок, що соціальне підприємництво як феномен з'являється в західному світі неприбуткових організацій саме як відповідь на потребу в залученні додаткових фінансових ресурсів, і мотивацією слугує утримання інституцій, які надають соціальні послуги та сприяють суспільному розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Посібник з планування соціального підприємства / пер. з англ.: Британська Рада в Україні. – К. : Британська Рада в Україні, 2011. –68 с.

2. Defourny J.  
ConceptionsofSocialEnterpriseandSocialEntrepreneurshipinEuropeandtheUnited  
States: ConvergencesandDivergences/ J. Defourny, M. Nyssens //  
JournalofSocialEntrepreneurship. – 2010. – Vol.1 – No. 1. – Pp. 32-53.
3. Evolutionofthesocialenterpriseindustry: A chronologyofkeyevents  
[Electronicresource] : Webpage. – Modeofaccess: [https://www.se-  
alliance.org/upload/Membership/Pages/evolution.pdf](https://www.se-alliance.org/upload/Membership/Pages/evolution.pdf).

## **Секція 4. Командоутворення та фандрайзинг у соціальному підприємстві**

*Артеменко С. Б.,*

*заступник завідувачої кафедри соціології,*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

*Піщикова К. А.,*

*студентка I-го курсу, спеціальності «Економічна кібернетика»*

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*

*імені Вадима Гетьмана»*

### **Особливості фандрайзингу у соціальному підприємстві України**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **Список використаних джерел:**

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



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

3. Чернявська О. В. Фандрайзинг [Електронний ресурс] / О. В. Чернявська, А. М. Соколова – Режим доступу до ресурсу: [http://pidruchniki.com/1589031552755/ekonomika/vidi\\_resursiv\\_dodatkov\\_i\\_dzherela\\_finansuvannya\\_fandrayzingovoyi\\_diyalnosti\\_mozhlivi\\_formi\\_pidtrimki](http://pidruchniki.com/1589031552755/ekonomika/vidi_resursiv_dodatkov_i_dzherela_finansuvannya_fandrayzingovoyi_diyalnosti_mozhlivi_formi_pidtrimki).

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

### **До питання про ефективність командоутворення в соціальному підприємстві**

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

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

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

Так, у Великобританії в грудні 2014 році фонд BSC, керуючий 600 млн фунтів, відкрив перший в країні конкурс з проектів в галузі соціального підприємництва Business Impact Challenge [1]. Компанії, що запропонувала кращий соціальний проект, фонд планує виділити до 15 млн фунтів і допоможе консультаціями. В середині червня 2015 був оголошений шорт-лист з п'яти претендентів. У ньому виявилися холдинги з різними проектами. Девелопер Taylor Wimpey спільно з благодійною організацією Crisis планує створити компанію, яка буде управляти нерухомістю, де будуть жити самотні бездомні Оксфорда. Asda готова допомогти соціальним компаніям пробиватися зі своїми товарами на полиці супермаркетів.

Виграш компаній від соціальних інвестицій, в першу чергу, полягає в залученні й утриманні талановитих співробітників: люди хочуть працювати на компанію, якій можуть пишатися. Бренди куди ефективніше просуваються саме так, а не іншими способами.

Важливим є соціальний тимбилдинг (з англ. *teambuilding* – створення команди) – це побудова команди (командоутворення) за допомогою проведення соціально значущих проектів. Останнім часом багато великих компаній, такі як SAMSUNG, Київстар та інші, обирають саме такий формат заходів.

Соціальний тимбилдинг носить раціональний характер, працює на бізнес-завдання і цінний для суспільства. Соціальні проекти – це не просто «добрі справи», це заходи, які зміцнюють бренд.

Соціальна відповідальність може стати ключем до розвитку корпоративної культури та здорового сучасного суспільства[2]. Наприклад, можна не просто провести корпоратив на природі зі спортивними змаганнями, а закласти алею імені компанії, і таким чином зробити внесок в озеленення міста.

Формати проектів ефективного командоутворення в соціальному підприємстві:

- корпоративний суботник;
- будівництво дитячого майданчика;
- посадка дерев, озеленення міста;

- відновлення пам'яток архітектури;
- ремонт в дитячих будинках або будинках престарілих;
- лідерські тренінги, основані на реалізації соціальних проектів, тощо.

Командоутворення має величезне значення для розвитку команди в цілому і кожного учасника окремо. Такі проекти ставлять перед учасниками реальні соціально-значущі завдання і мають конкретний очевидний результат, яким можна пишатися.

В соціальному підприємстві, особливо на його початку, персонал шукати потрібно в тих спільнотах, на вирішення проблем яких буде націлено проект. При виборі соратників у команду претендент повинний бути «експертом», а найкращий експерт в будь-якій соціальній проблемі – це людина, яка так чи інакше, особисто знає цю проблему.

«Надихаючий» підхід управління спирається на вміння керівників стимулювати команду до високої за суспільним значенням діяльності. Як правило, в таких проектах учасники дублюють функції одного друга.

«Надихаючий» підхід – це підхід більшості стартаперів, тому що на старті і в комерційних, і в некомерційних соціальних проектах, як правило, є елемент хаосу, і завжди потрібен певний час, щоб проекти, команди та керівники пристосувались один до одного, обрали структуру та шлях розвитку.

Якщо соціальний проект побудований правильно і передбачена його бажана стійкість, для забезпечення ефективності потрібно охопити і залучити якомога більше союзників, людей, які знають про проект, а також здійснити інтервенцію в їх свідомість тих цінностей, які несе соціальний проект.

В якості висновку зазначимо, що цілі, цінності, завдання та місія – це головне, що є в соціальному підприємстві, тому важливо не переформатувати проект за особистими запитамі, компетенціями та інтересами співробітників. Важливо балансувати між завданнями проекту і запитамі співробітників. Буває, що учасники команди змінюють цілі, і відбувається це доволі часто, і це вважається нормальним. Буває і таке, що ціль змінює команду

соціального проекту. Хорошим рішенням є знайти баланс між цілями і завданнями проекту, а також компетенціями людей, задіяних в ньому.

### **Список використаних джерел:**

1. Зачем корпорациям нужны программы поддержки социально значимых проектов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/06/23/597506>

2. Розвиток соціального підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/society/social-enterprise-development>

***Булах І.І***

*викладач вищої кваліфікаційної категорії*

*Відокремлений структурний підрозділ Агротехнічний коледж  
Уманського національного університету садівництва м. Умань*

***Шиманська О.В.***

*викладач вищої кваліфікаційної категорії*

*Відокремлений структурний підрозділ Агротехнічний коледж  
Уманського національного університету садівництва м. Умань*

### **Технології фандрайзингової діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід**

Суспільство складається з безлічі організацій, з якими пов'язані всі аспекти і прояви людського життя – суспільства в цілому, економіки, науки, культури, освіти, оборони, навіть особистого життя.

Актуальним на сьогодні є вміння знаходити необхідні фонди, пробудити інтерес до свого проекту, презентувати його, чітко сформулювати заявку, розробити програму заходів для залучення додаткових ресурсів на втілення програм, проектів та дослідних робіт. Вирішенню даних питань, а також

забезпеченню розвитку і ефективної діяльності некомерційних і громадських організацій сприяє впровадження фандрайзингу, як пошуку джерел фінансування в практику роботи неприбуткових підприємств і організацій.

Український досвід у залученні коштів для громадських організацій, на перший погляд, є досить багатим і значним. Але все ж тут є важливим і зарубіжний досвід, який сприяє розвитку громадських організацій і є основами для українського досвіду і тому потребує детального вивчення.

Суб'єктами фандрайзингової діяльності є неприбуткові організації (НПО), які займаються пошуком джерел фінансування та збором коштів для реалізації проектів [3, с. 38].

Фандрайзинг, як термін, ще не є широко поширеним в Україні. В більшості випадків це поняття асоціюється з філантропією та соціальними проектами, проте важливо розуміти, що крім цього залучення ресурсів для комерційних проектів, пошук фінансового спонсора, спонсора на умовах бартеру, інвестора також є фандрайзингом [2, с. 8].

Основними законодавчими актами у сфері фандрайзингу в Україні можна вважати акти, які регламентують діяльність громадських організацій, а саме благодійних та неприбуткових – це: Конституція України, Господарський Кодекс України, Закони України: «Про благодійництво і благодійні організації», «Про волонтерську діяльність», «Про гуманітарну допомогу», «Про оподаткування прибутку підприємств», «Про податок на додану вартість».

Важливим є співставлення зарубіжного досвіду фандрайзингу, зокрема американського. Свідомість громадян Америки направляється на утвердження обов'язків кожного громадянина за загальний національний добробут. Демократичний устрій США побудований на заохоченні до благодійництва, що вже історично підтверджує законодавство Америки. Громадські організації Сполучених штатів Америки для залучення коштів використовують певні методи. Один з них, який найбільш популярний за кордоном – інтернет-фандрайзинг.

Нові можливості з'являються весь час з все більшої частки благодійних доходів, що випливають з джерел в Інтернеті. Інформація про проект розміщується на так званих «інтернет-платформах», кожен донор, або зацікавлена у проекті людина може переглянути її і цим самим зробити свій матеріальний внесок [3, с.278].

Ще одним джерелом доходу для неприбуткових організацій в Сполучених Штатах Америки є так звані «подієві заходи». Дохід може бути отриманий з спонсорської участі як це прийнято в благодійних заходах, концертах, або безпосередньо отриманий від продажу квитків на концерт.

Для багатьох громадських організацій, особливо в розвинених країнах світу, окремі донори вже давно є і продовжують бути основним джерелом фінансування. Індивідуальних донорів можна залучити через безліч засобів. Вони являють собою менш інтенсивну форму збору коштів у порівнянні з проектними пропозиціями та корпоративним фандрайзингом. Громадські організації можуть особливо виграти від індивідуальних донорів. [2].

Також громадські організації Сполучених Штатів Америки використовують різноманітні види та інструменти фандрайзингу. Одним з найбільш використовуваних видів є корпоративна підтримка, тобто корпоративний фандрайзинг відбувається у величезній різноманітності форм, найбільш значні серед них – корпоративні гранти та подарунки.

Фандрайзинг є оптимальним варіантом пошуку джерел фінансування для громадських організацій. Він ще нешироко поширений в Україні, але має великий досвід застосування у Сполучених Штатах Америки. Зарубіжні громадські організації у своїй діяльності використовують більш потужніші методи для залучення коштів.

Українські громадські організації залучають кошти для своїх проектів найчастіше застарілими методами, які втрачають свою ефективність. Для розвитку фандрайзингу в Україні потрібно створити сприятливі умови як з боку держави, так і з боку суспільства, використовуючи напрацювання зарубіжних громадських організацій. Крім того, належна міцність та сталість громадських

організацій залежатимуть від того, чи будуть спроможні вони отримати широку соціальну підтримку мас в якості членів, волонтерів та донорів. Вони повинні довести свою необхідність, а громадяни водночас усвідомити це.

#### **Список використаних джерел:**

1. Безпалько О.В. Соціальне проектування: Навч. пос. – К.: 2010. – 14с.
2. Владислав Кучереносов «Фандрейзинг: міфи і реальність» // Дайджест журналу «Вісник благодійництва» № 9 (51) Вересень 2000 – Режим доступу: <http://www.internews.ras.ru/ngo/charity/9.00/1.html> Назва з титулу екрана.
3. ДжиллКикал, Томас Лайонс. Социальнопредпринимательство: миссия – сделать мир лучше = UnderstandingEntrepreneurship. The Relentless Pursuit of Missioninan Ever Changing World. – М.: «Альпина Паблишер», 2014. – 304 с.

**Волощук О.А.**

*к.е.н., доц.*

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

**Величко М.І.,**

*студентка,*

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

### **Фандрайзинг у соціальному підприємництві в сфері неформальної освіти**

Один з способів протистояння суспільним викликам є соціальне підприємництво, яке на відміну від бізнес-підприємництва здійснює свою діяльність не за для отримання прибутку, а для здійснення позитивних, суттєвих змін в суспільства шляхом інновацій.

У соціальних підприємств в сфері неформальної освіти виникають деякі проблеми через те, що вони не кладуть собі за мету отримання доходів та прибутків, а забезпечують альтернативні послуги навчання для людей будь-

якого віку і статусу, але фінансові і матеріальні ресурси їм необхідні. Тоді на допомогу їм приходить такий механізм як фандрайзинг, тобто процес залучення коштів в організацію із зовнішнього середовища [1; 3].

Основними суб'єктами зовнішнього середовища, які допомагають соціальним підприємствам в сфері неформальної освіти отримати ресурси для реалізації їх програм по вирішенню суспільно важливих питань є наступні: донорські організації, комерційні структури, органи державної влади та фізичні особи[2].

Співпрацювати з донорськими організаціями зручно через наступні фактори: спільні цілі та завдання донорів і некомерційних організацій в сфері неформальної освіти; існування фондів, що спрямовані на фінансування діяльності некомерційних організацій; відсутність необхідності в додаткових стимулах; високий рівень об'єктивності при прийнятті рішень; поява українських донорів, які зацікавлені вирішенню саме локальних питань.

Але завжди є і зворотна сторона: постійне скорочення об'ємів фінансування; підвищення рівня конкурентної боротьби за кошти донорів; необхідність врахування пріоритетів донорів при підготовці проектів; необхідність фінансових та людських витрат на підготовку проекту; важкі процедури розгляду пропозицій; існування значної кількості вимог; звітність потребує високого фахового рівня персоналу та часу на підготовку звітної документації.

Комерційні структури використовують через наступні позитивні фактори: постійне збільшення потенційних благодійників; підвищення популярності соціальної відповідальності з боку комерційних структур; швидке прийняття рішень і простота формату заявки; різноманіття можливих ресурсів; відсутність великої кількості вимог.

Негативні фактори, які створюють перешкоди в взаємодії з комерційними структурами: відсутність законодавчої підтримки благодійної діяльності бізнесу;



необхідність додаткової аргументації та пошуку зацікавленості для благодійника; залежність рішення про фінансування від «людського фактору», доброї волі керівництва; зацікавленість у патронаті, підтримка одних і тих самих організацій; залежність від влади, у тому числі в тому, кому надавати благодійну допомогу; непрезентабельність уразливих груп для бізнесу (ліпше допомогти дітям, а не наркоспоживачам).

Взаємодія з орган державної влади та місцевого самоврядування має позитивні риси у вигляді: часткового збігу цілей і завдань влади та некомерційних організацій в освітній сфері; існування бюджетних коштів на вирішення соціальних проблем; можлива електоральна зацікавленість влади у фінансуванні; потреба влади у підтримці громадськістю.

Негативні риси: складні процедури прийняття рішень, що прив'язані до бюджетного процесу; необхідність у додаткових аргументах і стимулах; необхідність врахування політичної ситуації; існування конкуруючих державних і муніципальних установ, що надають послуги аналогічні послугам, які надають некомерційні організацій в сфері освіти; складні механізми відкриття рахунків і безпосереднього виділення бюджетних коштів; відсутність зацікавленості влади в роздержавленні соціальної сфери; залежність рішень від конкретних персон.

Отримати фінансування можна від фізичної особи, тоді соціальне підприємство має наступні позитивні характеристики: велика кількість потенційних благодійників; достатньо легкий спосіб дістатися потенційного благодійника; швидкість прийняття рішення; простота у зверненні та звітності.

Але завжди є і негативні характеристики: невеликі розміри ресурсів; необхідність охоплення значної кількості осіб, для збору ресурсів; необхідність у фахівцях, які мають навички аргументації.

Отже, кожен з суб'єктів, який є предметом фандрайзингу і може бути джерелом ресурсів, має свою специфіку в співпраці з організаціями, які вирішують таке суспільне питання як освіта. Для здійснення ефективної діяльності соціальних підприємств в сфері неформальної освіти необхідно

використовувати відразу декілька суб'єктів або відразу всі наведені, тому що кожен з них має свої переваги та недоліки.

### **Список використаних джерел:**

1. Dr. Jan-Urban Sandals article—Social Entrepreneurship in Theory and Practice: Promoting Entrepreneurship in Different Social Groups | publisher in *Alytus College Role of Higher Education Institutions in Society: Challenges, Tendencies and Perspectives*, 46 p.

2. Susan Rose-Ackerman; Charitable Giving and –Excessivel Fundraising, *The Quarterly Journal of Economics*, Volume 97, Issue 2, 1 May 1982, 256p.

3. Кіреєва О.Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку / О. Б. Кіреєва // Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв.: матеріали III регіон. наук.-практ. конф. / за заг. ред. В. Г. Вікторова. – Д. : ДРІДУНАДУ, 2009. – 150с.

***Кривов'язюк І. В.,***

*к.е.н., професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності*

*Луцький національний технічний університет*

***Гаранчевська І. А.,***

*студентка кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності*

### **Де взяти гроші на розвиток власного соціального підприємства або як правильно фандрайзити**

Соціальне підприємництво – інноваційний напрям у соціальній та комерційній сфері, який створює додаткові можливості для розвитку громади та допомагає вирішувати або ж пом'якшувати соціально-економічні конфлікти у суспільстві шляхом веденням нетрадиційного бізнесу. Іншими словами – це

господарська діяльність соціально-орієнтованих суб'єктів ринку, результатом якої є створення соціального ефекту.

За даними громадської організації «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI»» в Україні функціонує близько 150 соціальних підприємств [1]. Виникає питання, чому така мала кількість? Ми можемо говорити про занепад економічної ситуації в цілому, неефективну інформативність щодо можливостей соціального підприємництва, неіснування нормативної бази в цій сфері та інше. Проте, який заклад, компанію чи ферму ми можемо відкрити без фінансових ресурсів? Вважаємо, що саме цей фактор стримує розвиток соціального підприємництва, яке в Україні функціонує переважно завдяки діяльності громадських організацій, які часто не можуть знайти достатню суму для його заснування. Серед громадських активістів існує думка стосовно залучення коштів – а саме, використання методу фандрайзингу.

Фандрайзити – означає залучати кошти з різних джерел заради втілення певного соціального проекту, або циклу проектів. Зазвичай такі проекти несуть соціальну цінність та є важливими для суспільства, створюють певне благо. Молоді соціальні підприємці мають розуміти, що для того, щоб їх проект був підтриманий, варто вміти чітко окреслити ідею та зрозуміти, що вони бажають отримати від потенційних спонсорів чи партнерів, адже це можуть бути не лише гроші, а й приміщення, техніка та інші речі.

Джерелами формування та наповнення початкового капіталу можуть стати бізнес-структури, державні органи, міжнародні та українські фонди, організації, громадяни, краудфандинг. Проаналізуємо детальніше кожне джерело:

- бізнес. Великі компанії планують свої витрати у січні на початку року, якщо майбутній соціальний підприємець встигне вчасно задекламувати свою ідею та розповісти про переваги допомоги у її реалізації, а ще краще, зуміє переконати власника бізнесу у майбутній постійній співпраці та вигоді, тоді успіх може бути гарантованим. Що основне знати – зацікавлення ідеєю відбувається при першій хвилині її презентації, все інше – деталі. Знайти

компанії, які готові допомогти не важко, потрібно просто бути активним у житті міста чи області, слідкувати за подіями та їх спонсорами;

- державні органи. Держава має бути другом для соціального підприємця, адже тут з'являється можливість отримати безкоштовне приміщення, безкоштовне проведення заходу в центрі міста, можливість друку поліграфії, розміщення соціальної реклами у транспорті та інше. Основне – роздобути зв'язки із необхідними людьми. Якщо ваше соціальне підприємництво буде підтримувати держава, то вигідно не лише вам, адже нині в Україні розвиток цього інноваційного виду підприємництва включають у стратегічні плани розвитку областей, і місією державних структур є його підтримка, про що в майбутньому можна буде прозвітуватися;

- міжнародні та українські організації. Великі фонди, які працюють в Україні та за кордоном популяризують соціальне підприємництво через проведення стажувань, форумів, надання грантової підтримки (програма UCAN за підтримки USAID, Британська Рада в Україні, Міжнародний фонд «Відродження», Німецький Дитячий Фонд (ChildFund Deutschland), Програма розвитку ООН, Міжнародна організація з міграції, ОБСЄ та багато інших) [2], тут важливо постійно слідкувати за оновленням інформації, адже можна податися на певний проект, чи виграти грант, який допоможе запустити підприємство;

- громадяни. Громада – велика сила, якщо зацікавити людей у розвитку вашого соціального підприємництва, то все вдасться. Чудовий приклад – громадський ресторан «UrbanSpace», до створення якого було залучено 100 людей, які вклали по 1000 доларів, отож стартовий капітал складав 100 000 доларів; нині 80% прибутку ресторану йде на громадські ініціативи та проекти, до того ж кожна людина, котра на початку дала гроші на розвиток цього бізнесу долучається до відбору проектів громади міста;

- краудфандинг. Новий та інноваційний метод для збирання коштів, його реалізація відбувається переважно в Інтернеті на спеціальних краудфандингових платформах. Все відбувається просто – подаєш свою ідею на сайт, за неї

голосують та збирають гроші, якщо отримана необхідна сума – ідея фінансується, ні – гроші повертаються назад. Основне – зацікавити соціум, чим красивіше оформлення проекту, обдуманий дизайн, додане відео – тим більша ймовірність отримати кошти для реалізації ідеї створення соціального підприємництва.

Отож, одним із головних факторів недостатнього розвитку соціального підприємництва в Україні є нестача фінансових ресурсів. Фандрайзинг виступає ефективним способом акумуляції коштів із різних джерел, який позитивно впливає на реалізацію проекту та зменшує його ризики шляхом залучення зацікавлених ідеєю потенційних партнерів і спонсорів. Також необхідно підбирати влучні слова та розуміти для чого ви працюєте, яким буде соціальний ефект від проекту. Якщо ви знайшли відповіді на ці питання – все вдасться.

#### **Список використаних джерел:**

1. Каталог соціальних підприємств України 2016–2017 роки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/0B5k4OK2hVgtAOWhGV1RjcW8zZlk/view>.
2. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : посібник / А. Свинчук, А. Корнецький, М. Гончарова, В. Назарук, Н. Гусак, А. Туманова. – К. : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ». – 2017. – 188 с.

**Пузанов І.І.**

*д.е.н., професор кафедри міжнародних фінансів, Інститут міжнародних відносин КНУ Шевченка*

**Мілюкова Н.О.**

*студентка 1 курсу магістратури, спеціальність «Міжнародні фінанси та інвестиції», Інститут міжнародних відносин КНУ Шевченка*

## **Досвід зарубіжних країн у сфері фандрайзингу – застосування в Україні**

Фандрайзинг це збір добровільних пожертвувань в грошовій або іншій формі на цілі не пов'язані з отриманням прибутку: наукові дослідження, благодійні проекти тощо [3]. Більше фандрайзинг проявляється у передових країнах Америки та Європи, тому що в інших країнах світу він не розвинутий.

В Європі фандрайзинг представлений Європейською Асоціацією Фандрайзингу (EFA) [2]. Повне членство доступне відкритим асоціаціям, що представляють індивідуальні фонди та фандрайзингові організації. Статус спостерігача отримують представники країн, в яких до цього часу не засновано ні однієї фандрайзингової асоціації. Асоціації-члени функціонують у: Австрії, Бельгії, Данії, Фінляндії, Франції, Німеччині, Ірландії, Італії, Нідерландах, Норвегії, Польщі, Іспанії, Швеції, Швейцарії тощо. У більшості європейських країн число донорів або виросло або залишалися стабільними. Просування SMS та інтернет-технологій по збиранню коштів і використання соціальних медіа були визнані в якості двох найбільш поширених позитивних факторів, що впливають на збір коштів. Незважаючи на проблеми з біженцями, 12 з 15 країн ЄС повідомили, що це мало в основному позитивний вплив на збір коштів [2].

В системі соціальної опіки Великобританії виділяють: Асоціацію із поліпшення становища бідних; Королівське товариство по запобіганню жорсткому поводженню з тваринами (RSPCA); Barnardo - благодійність для дітей; «Армія спасіння», Червоний Хрест. Урядом створена посередницька

організація Arts&Business та Інститут фандрайзингу (IOF), що є зареєстрованою благодійною організацією і професійним органом фандрайзерів країни.

В Америці найбільших масштабів набуло благодійництво, яке спричинено раннім розвитком демократичного суспільства та організацією ринково-орієнтованої економіки, розвитком приватної власності та підприємництва. Щорічно пожертви становлять майже 129 млрд дол. [1]: індивідуальні та благодійні внески від різних фондів, заповіти. У довгостроковій програмі залучення коштів США орієнтується на індивідуальних спонсорів, корпорації, благодійні фонди та використовує певні методи (інтернет-фандрайзинг, «подієві заходи» - концерти, продаж квитків на концерт, аукціони, лотереї або спонсорство у програмі заходу, корпоративні гранти та подарунки). Структура спонсорства: релігія – 45%; освіта (бібліотеки) – 13%; соціальне забезпечення – 9%; мистецтво, культура – 7% [1]. За останні роки в США і в Канаді налічується близько 26 тис. фандрайзерів.

Австралійська благодійна та фандрайзингова діяльність тісно пов'язана із організаціями: Австралійський Інститут Фандрайзингу (TAIF), з 1999 р. (FIA) та «Філантропія Австралії». Переважаючим видом благодійності в країні є грошові пожертви - 71% населення беруть участь у благодійності, а також допомога нужденним - 68 % населення [1].

У Новій Зеландії основним видом благодійності є допомога нужденним - 69% населення беруть участь у безпосередній допомозі нужденним, а 63% здійснюють грошові пожертви, волонтерством займається 39%. [1]. Однією із відомих організацій є «Філантропія Нової Зеландії», об'єднує приватні благодійні організації, фонди, бізнес-структури, забезпечує їм професійну інформаційну та іншу підтримку.

Кількість зареєстрованих громадських організацій в Україні зростає, але присутня і недовіра суспільства до них. Громадські організації залучають кошти для своїх проектів найчастіше застарілими методами, тому для успішної фандрайзингової діяльності в Україні необхідно:

- встановлювати комунікації із ЗМІ, які можуть забезпечити: створення та розповсюдження прес-релізів про фандрайзингову кампанію в телевізійних, радіо- та друкованих ЗМІ; безкоштовне розміщення оголошень в пресі; проведення прес-конференцій, інтерв'ю з донорами; участь співробітників організації в телевізійних і радіопрограмах; трансляція «рухомого рядка» про акції в ефірі телевізійних каналів тощо;

- активно використовувати інноваційні технології та Інтернет;

- брати участь у краудсорсингу та краудфінансуванні соціальних проєктів;

- залучати соціальні мережі: мається на увазі цифрова філантропія (акції через СМС). Важливе джерело пошуку донорів – інформаційно - пошукові сервери, де можна знайти інформацію про перелік фондів та грантодавчих установ, а також розмістити відомості про себе та свою діяльність;

- створювати інтернет-платформи, на яких розміщувати інформацію про програми та проєкти ГО, проводити загальнонаціональні конкурси, лотереї;

- впроваджувати дисципліну «фандрайзинг» у систему освіти тощо.

Отже, фандрайзинг являє собою професійну діяльність щодо мобілізації фінансових та інших ресурсів з різноманітних джерел для реалізації соціально значущих і науково-дослідних неприбуткових проєктів в розвинутих країнах світу. В Україні вкрай необхідно розвивати фандрайзинг спираючись на досвід розвинених країн для покращення загального суспільного добробуту, а також задля виходу економіки України з затяжного кризового стану.

#### **Список використаних джерел:**

1. 2017 Fundraisingeffectivenesssurveyreport [Електронний ресурс]. Bill Levis, Urban Institute; Ben Miller, Donor Trends; and Cathy Williams, Association of Fundraising Professionals. - Режимдоступу: <http://afpfep.org/wp-content/uploads/2017/04/FEP2017Report4212017.pdf>

2. Fundraising in Europe.A brief exploration of the European charity fundraising environment. [Електронний ресурс]. European Fundraising Association 2017. - Режим доступу:[http://www.efanet.eu/images/pdf/EFA\\_Fundraising\\_in\\_Europe\\_Report\\_Dec\\_17.pdf](http://www.efanet.eu/images/pdf/EFA_Fundraising_in_Europe_Report_Dec_17.pdf)



3. Welcometo EFA [Електронний ресурс].The European Fundraising Association. - Режимдоступу: <http://www.efa-net.eu/>

**Чорний А.В.**

*аспірант, КНУ імені Тараса Шевченка*

### **Розвиток лідерських компетенцій учасників самоорганізованих команд**

У соціальному секторі економіки відбувається перехід від організацій ієрархій до організацій спільнот, від нав'язування методів роботи до надання права вибору та від підтримки бюрократії до боротьби з нею. У цих умовах постає актуальним дослідження самоорганізації як форми командоутворення та розвитку лідерських компетенцій персоналу.

Представники останніх поколінь мають відмінні від попередників мотиви та драйвери поведінки на робочому місці. Так звані Міленіали надають перевагу індивідуалізму поряд з колективізмом та є менш налаштованими на прояви альтруїзму у робочих відносинах. Тому через зміни в особистісних характеристиках, основних цінностях, ставленні до роботи та мотивації працівників різних поколінь менеджерам потрібно переосмислити відносини між керівництвом та працівниками взагалі та процеси лідерства зокрема.

Теорії лідерства, представники яких робили фокус на дослідженні персони лідера, були провідними упродовж першої половини XX-го століття. Лідерство сприймалося як відповідна модель поведінки людини, що грає роль лідера. Об'єктом другої хвилі досліджень лідерства стали відносини між лідером та послідовниками: лідерство визначалося як процес взаємовпливу між декількома суб'єктами, який будується на довірі, повазі та взаємних зобов'язаннях. У XXI-му сторіччі під час третьої хвилі дослідження багатогранного терміну «лідерство» відбувся зсув парадигми: провідними постають теорії лідерства, які орієнтовані на послідовників, а не на лідерів чи відносини лідерів та

послідовників. Лідерство почало сприйматися як можливість та мотивація допомагати кожному члену колективу керувати власною продуктивністю.

Галузь інформаційних технологій (ІТ) як індустрія економіки знань є одним з найбільш прогресивних майданчиків для практичного втілення сучасних теорій командної взаємодії. Програмісти, як працівники знань («knowledge workers»), цінують автономність у прийнятті власних рішень більше, аніж грошову винагороду [1]. Доказом цього є велика кількість «open-source»-проектів, реалізуючи які програмісти мають можливість займатися соціальним підприємництвом.

Найбільш популярною методологією роботи в команді розробників є Scrum, в основі якого є самоорганізована команда. У Scrum-командах лідерство має бути розподіленим між представниками трьох ролей (Власником продукту, Скрам-майстром та розробниками), а не централізованим: лідерські компетенції може проявляти кожен член команди в залежності від того, чи відповідають його навички та знання запитам конкретної робочої ситуації.

Для розвитку лідерських компетенцій учасників самоорганізованих команд менеджери можуть використовуватися такі сучасні теорії як розподілене лідерство (shared leadership) або лідерство-служіння (servant leadership).

Розподілене лідерство- це динамічний інтерактивний процес впливу серед окремих осіб у командах, для яких мета полягає в тому, щоб вести один одного до досягнення групових або організаційних цілей. Процес розподіленого лідерства може включати відносини як між колегами одного рівня (латеральний вплив), так і відносини знизу-догори або згори-донизу [2].

Лідерство-служіння є концепцією, якою у своїй діяльності повинен керуватися так званий Скрам-майстр [3]. Воно полягає у сприянні оцінці та розвитку колег, побудові громади, допомозі усім членам самоорганізованої команди та фасилітації зустрічей. Сприйняття лідерства як процесу служіння відіграє ключову роль в утворенні та розвитку самоорганізованих команд. За допомогою спеціальних методик та інструментів Скрам-майстер розподіляє

можливості та відповідальність за прийняття поточних рішень на весь колектив, тим самим слугуючи самоорганізації.

Також слід зазначити, що останнім часом набувають популярності такі концепції як командне лідерство (teamleadership) та віртуальне лідерство (e-leadership), проте ще відсутні валідні дані щодо ефективності їх застосування на практиці. У будь-якому разі ми приходимо до висновку, що феномен лідерства у самоорганізованих командах не може розглядатися виключно за допомогою однієї моделі взаємодії: згори-донизу, знизу-догори або латерально (розподілено). На практиці використовується комплексний підхід, який одночасно може включати принципи та інструменти численних теорій дослідження персони лідера, відносин між лідером та послідовниками або розподіленого між членами команди лідерства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Van Langevelde S., Kessels J. W. M., Endedijk M. D. Supporting intrinsic motivation of knowledge workers with teams: дис. – Master's thesis, Enschede: University of Twente, 2013
2. Pearce, C. L., & Ensley, M. D. (2004). A reciprocal and longitudinal investigation of the innovation process: The central role of shared vision in product and process innovation teams (PPITs). *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 259–278.
3. Greenleaf R. K. *Servant leadership: A journey into the nature of legitimate power and greatness*. Paulist Press, 2002.

## **Секція 5. Ефективність нормативно-правового забезпечення соціальної підприємницької діяльності**

*Арент С.С.,*

*здобувач,*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

### **Законодавче забезпечення державної політики розвитку соціального підприємництва**

Підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, визначених законами України. Зауважимо, що в Законі «Про підприємництво» відсутнє визначення соціального підприємництва як однієї з організаційних форм. Держава законодавчо забезпечує свободу конкуренції, захищає споживачів від проявів недобросовісної конкуренції та монополізму в будь-яких галузях підприємницької діяльності. Держава регулює господарську діяльність та підтримує розвиток нових інноваційних підприємств [1].

Державна політика розвитку соціального підприємництва спрямована на підтримку розвитку підприємництва. Так, існує чимала кількість нормативно-правових актів, проектів, програм та стратегій. За Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24.05.2017 р. схвалено «Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року», де зазначено, що мале і середнє підприємництво сприяє створенню нових робочих місць, зростанню валового внутрішнього продукту, а також стимулюванню розвитку конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу економіки [2]. Стратегія розроблена на виконання Указу Президента України від 12.01.2015 р та плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік.

Стратегія розроблена з урахуванням основних положень: Угоди про асоціацію між Україною, ратифікованої Законом України від 16.09.2014 р.;

Постанови Кабінету Міністрів України «Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року» від 6.08.2014 р.; Розпорядження Кабінету Міністрів України «Стратегії подолання бідності» від 16.03.2016 р. № 161 тощо.

Одним з напрямів Стратегії визначено: сприяння розвитку соціального підприємництва. Стратегія узгоджується з програмними та стратегічними документами, зокрема Стратегією розвитку високотехнологічних галузей до 2025 року, Експортною стратегією України: Дорожньою картою стратегічного розвитку торгівлі на період 2017-2021 роки, Стратегією розвитку промислового комплексу, Енергетичною стратегією України на період до 2035 року, Цілями сталого розвитку (2015-2030 роки), програмами реформування системи державного нагляду (контролю). Реалізація Угоди спрямована на реформування економіки, стимулювання розвитку торгівлі та забезпечення імплементації угоди в Україні.

У Господарському кодексі України [3], а саме, статті 55 визначено ознаки, за якими суб'єкти господарювання можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва.

Соціальне підприємництво – підприємницька діяльність, що спрямована на інноваційну, позитивну зміну в суспільстві, яка націлена на вирішення соціальних проблем. В Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій як ефективний механізм вирішення соціальних і економічних проблем територіальних громад. Почали працювати центри підтримки соціального підприємництва, які спрямовані на створення робочих місць по всій Україні для малозабезпечених осіб, які перебувають в кризових життєвих обставинах.

У зв'язку з окупацією частини території України виникла потреба надання допомоги людям. Тому, були створені організації для надання підтримки внутрішньо переміщеним особам. Соціальні підприємці забезпечують людей робочими місцями, надають нові знання для таких осіб для відкриття нової власної справи. Для відкриття і роботи підприємства потрібні фінансові ресурси, серед яких основними складовими їх є: зростання масштабів

діяльності мікрофінансових інституцій і злиття неефективних небанківських фінансово-кредитних установ; використання комерційних джерел фінансування, доступ до депозитних центрів; розширення використання мікрофінансових операцій самими комерційними банками; впровадження нових мікрокредитних технологій та інновацій [4].

Державна політика розвитку соціального підприємництва має використовувати ефективні механізми її реалізації: правовий, фінансово-економічний, соціальний тощо. Основні умови ефективного функціонування мікрофінансування та мікрокредитування малого та середнього підприємництва визначаються сприятливим макроекономічним середовищем, розвинутою системою державного регулювання інвестицій, торгівлі, ефективними формами стимулювання розвитку інфраструктури.

Порядок використання коштів, що заплановані у державному бюджеті для мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва передбачено Постановою КМУ «Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва» [5] від 27.07.2011 р. з декількома правками наступного року. Порядок визначає механізм використання коштів, передбачених у державному бюджеті за програмою «Мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва».

Починаючи з 2015 р. Міжнародною організацією з міграції було успішно реалізовано соціальні проекти у 61 громаді, переважно на сході України – у Донецькій, Луганській (на території, підконтрольній Україні), Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій, Одеській областях. Заходи із соціального згуртування реалізуються в рамках проекту «Сприяння відбудові та сталому розв'язанню проблем ВПО та постраждалого від конфлікту населення в Україні», що фінансується Європейським Союзом. Проект триватиме до липня 2018 року та охоплюватиме понад 35 тис громад або окремих фізичних осіб.

Державна політика може бути одночасно результативною але неефективною. Оцінювання ефективності політики відбувається на завершальному етапі, зокрема, в контексті оцінювання результатів реалізації

державної політики. Відповідно, за отриманими результатами можемо оцінити ефективність нормативно-правового забезпечення підприємницької діяльності та державної політики розвитку соціального підприємництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-ХІІ. Редакція від 05.04.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.

2. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.05.2017 р. № 504-р «Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-p>.

3. Закон України «Господарський кодекс України» від 16.01.2003 № 436-IV. –Ред. від 02.08.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15).

4. Волга В.О. Міжнародні моделі та технології мікрофінансування малого і середнього бізнесу [Електронний ресурс] / В.О.Волга // Економіка, фінанси, грошовий обіг і кредит. Бізнесінформ, № 3, 2015 р. – Режим доступу: [www.business-inform.net/pdf/2015/3\\_0/209\\_216.pdf](http://www.business-inform.net/pdf/2015/3_0/209_216.pdf).

Постанова Кабінету Міністрів України «Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва» від 27 липня 2011 р. № 794 з редакцією 2012 р.

*Головко О. М.*

*викладач кафедри кримінального права та правосуддя  
Навчально-наукового інституту права і соціальних технологій ЧНТУ,  
почесний науковець інституту  
Fil. Dr. Jan-U. Sandal Institute (Finstadjordet, Norway)*

### **Соціальне підприємництво в Україні: законодавчі ініціативи**

З розвитком громадянського суспільства питання соціального підприємництва набуло особливого суспільного резонансу у зв'язку з тим, що правової бази для здійснення такої діяльності немає, однак, по факту, найбільш активними в Україні за цим напрямом є громадські організації та об'єднання (NGO), а також благодійні організації.

Звернувшись до ч. 1 ст. 1 Закону України «Про громадські об'єднання» з'ясуємо, що метою діяльності громадських об'єднань є, серед ряду інших, задоволення суспільного інтересу, що підпадає під ідею соціального підприємництва. Однак, відповідно до ч. 5 ст. 1 цього ж закону: «Громадське об'єднання може здійснювати діяльність зі статусом юридичної особи або без такого статусу. Громадське об'єднання зі статусом юридичної особи є непідприємницьким товариством, основною метою якого не є одержання прибутку». Тобто, навіть громадське об'єднання зі статусом юридичної особи, по-перше, не є підприємством, по-друге, його основною метою не є одержання прибутку. Ці дві тези, по суті, є взаємовиключними та підтверджують невідповідність даного добровільного об'єднання статусу соціального підприємництва.

Виходячи з цього логічно зауважити, що соціальне підприємництво в Україні, яке по факту вже існує, формує запит на розробку та прийняття фундаментальної законодавчої бази для повноцінного функціонування та розвитку даного напрямку діяльності.



Варто підтримати тезу Голуб'яка Н.Р. про те, що «державі необхідно відігравати вагому роль у створенні й розвитку соціальних підприємств, зокрема, необхідно розробити спеціальну законодавчу базу, відповідну програму розвитку з визначеними пріоритетами фінансової підтримки, створити інструменти залучення бізнесу й громадських організацій для розвитку соціального підприємництва, а також сформувані сприятливі умови у сфері оподаткування» [1, с. 17].

Дійсно, законопроект про соціальне підприємництво в Україні має містити тлумачення основних понять та механізмів його функціонування, а також чіткі напрями правової політики щодо таких підприємств.

Деякі науковці проводять інші аналогії з організаціями, які по роду діяльності можна віднести до категорії соціальних підприємств. Так, Давидовська Г. І. акцентує: «У Законі «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» чітко вказувалося, що громадські організації людей з інвалідністю можуть створювати господарські підприємства і заробляти на цьому гроші. Це можна вважати прототипом соціальних підприємств» [2, с. 107].

Зазначимо, що в Україні найбільш відомим з цього питання є проект Закону про соціальні підприємства від 23.04.2015, який не був прийнятий. Також, згідно з Постановою ВРУ «Про порядок денний восьмої сесії Верховної Ради України восьмого скликання» від 20.03.2018 № 2351-VIII проект Закону про соціальні підприємства за реєстраційним номером 2710 було віднесено до розділу II «Питання, які доручається підготувати і доопрацювати для розгляду на сесії». Цікаво, що даний законопроект, виходячи з даних, наданих на офіційному сайті Верховної Ради України так і не було розглянуто.

На нашу думку, даний законопроект дійсно потребує доопрацювання, особливо в аспекті визначення належності суб'єктів господарювання до категорії «соціальне підприємство». За даним проектом це питання має відноситись до сфери компетенції так званої Міжвідомчої комісії з державної підтримки соціальних підприємств, статус якої не визначений. Більше того,

законопроект не пропонує чіткого переліку критеріїв встановлення відповідності статусу «соціальне підприємство».

На завершення хотілося б нагадати саму сутність соціального підприємництва, звернувшись дотези норвезького експерта з соціального підприємництва та інновацій Яна-Урбана Сандаля про те, що успішне соціальне підприємництво спричиняє собою значні зміни у соціальному секторі, сприяє підвищенню якості життя для всіх людей без будь-якої дискримінації, формуванню більш справедливого суспільства та розвитку демократії [3, с. 23].

Отже, питання формування законодавчої бази для розвитку соціального підприємництва в Україні потребує уваги не тільки з боку представників громадського сектору та науковців, а й суб'єктів законодавчої ініціативи.

### **Список використаних джерел:**

1. Голуб'як Н. Р. Соціальне підприємництво як механізм вирішення соціально-політичних проблем. *S.P.A.C.E. Society, Politics, Administration in Central Europe*. 2017. Вип. 2. С. 16-20.

2. Давидовська, Г. І. Проблеми соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 7 Ч. 1. С. 106–109.

3. Jan-U.Sandal.HumanResourceDevelopmentinGlobalSocialEntrepreneurship. *HRD Journal, International Graduate Studies Human Resource Development Center Burapha University*.2014.Vol. 5.№ 1. Pp. 22-27.

*Погуда Н.В.*

*доцент, канд. економ. наук*

*Національний університет харчових технологій*

*Касторська С.К.*

*студентка 4 курсу*

*Національний університет харчових технологій*

## **Корпоративна соціальна відповідальність на туристичному підприємстві**

Аналізуючи сьогоденні економічні умови, зростає актуальність управління відтворенням людського потенціалу підприємства, що представляє собою сукупність ресурсів, процесів щодо його розвитку відповідно до параметрів сталого функціонування та забезпечення високої конкурентоспроможності підприємств. Вагомим чинником вирішення цих завдань є формування та впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності на туристичному підприємстві.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) бізнесу - це діяльність підприємства, спрямована на виокремлення пріоритетних інтересів суспільства, беручи відповідальність на себе за вплив на постачальників, замовників, акціонерів, працівників та інших сторін громадської діяльності[3].

В управлінському контексті соціальну відповідальність вперше дослідив К. Девіс. Він обґрунтовував те, що дії організації крім реалізації економічних цілей, мають ознаки соціальної відповідальності[1].

Актуальність формування концепції КСВ на підприємствах туристичного бізнесу обумовлена необхідністю керуватися не тільки стандартними фінансовими показниками, але і суспільними інтересами, вимогами сталого розвитку, дотримання бізнес-етики та ін. Ця позиція обумовлена тим, що туризм – це вид економічної діяльності зі значною соціальною спрямованістю, оскільки спрямований на задоволення потреб людей і підвищення якості життя

населення. Підприємства сфери туризму знаходяться на початковій стадії розробки та впровадження КСВ, що обумовлено неоднозначним трактуванням її сутності та неоднозначності сприйняття менеджментом туристичних підприємств.

Відповідно до концепції КСВ, підприємство враховує інтереси суспільства і бере на себе відповідальність за вплив її діяльності на суспільство. Зобов'язання, які компанія при цьому на себе бере, виходить за рамки встановлених законом, і передбачають добровільні додаткові заходи для підвищення якості життя працівників, місцевих громад, суспільства в цілому.

А.Керолл, у своїй піраміді відповідальності, виокремлює чотири типи соціальної відповідальності: економічну, правову, етичну та дискреційну. Економічна відповідальність є основою соціальної відповідальності. Це безпосередньо визначається базовою функцією компанії на ринку виробників товарів і послуг. Правова відповідальність передбачає необхідність дій бізнесу з дотриманням законів та відповідних нормативних актів та очікувань суспільства. Етична відповідальність є ціннісним орієнтиром діяльності і обумовлює формування корпоративної культури, яка не суперечить суспільним цінностям. Дискреційна відповідальність ініціює дій компаній, які спрямовані на підтримку і розвиток суспільства через її добровільну участь у реалізації різних соціальних програм[2].

Можемо зазначити, що впровадження концепції КСВ на підприємствах туристичного бізнесу повинна здійснюватися з урахуванням особливостей розвитку туризму, ментальності населення та туристів, специфіки системної організації економічної діяльності туристичних підприємств. Туристичний бізнес повинен пристосовуватися до соціально-економічної динаміки сучасності й виступати в «соціально відповідальній» ролі, відходячи від мотивацій «максимізації власного прибутку», до рівня розуміння економічних, соціальних і політичних інтересів суспільства в цілому.

Підсумовуючи результати дослідження сутності КСВ зазначимо, що актуальність її формування в туризмі обумовлена тим, що КСВ спроможна

забезпечити: посилення іміджу та ділової репутації підприємства; підвищення інвестиційної привабливості; зміцнення згуртованості трудового колективу; соціальний внесок у стійкий розвиток регіону; зростання капіталізації суб'єкта діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер. – К.: Агенція „Стандарт”, 2005. – 302 с.
2. Шконда В.В. Корпоративна культура в управлінні людським потенціалом: монографія / В.В. Шконда, А.В. Кальянов. – Донецьк: Ноулідж (донецьке відділення), 2009. – 168 с.
3. Нова стратегія Європейської комісії з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) 2011-2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csr-ukraine.org/>.

**«СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ТЕОРІЯ,  
ПРАКТИКА ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД»**

*Збірник матеріалів  
Міжнародної науково-практичної конференції  
18 травня 2018 року*

Видано в авторській редакції

Обсяг 11,46 д.ар.  
Зам. № 18-5454