МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет економіки і підприємництва

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Допущено до захисту
“_____” _____ 2023 р.
Зав. кафедри, д.е.н., професор
_____ **Соколюк С.Ю.**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
МАГІСТРА
ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Виконала – студент 2 курсу, групи 21м-з-сз
освітньої програми «Економіка соціального забезпечення»
спеціальності 232 Соціальне забезпечення

БАРАНЧУК Наталя Миколаївна

Науковий керівник – д.е.н., професор

НЕСТЕРЧУК Юлія Олександрівна

Умань – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет економіки і підприємництва
Кафедра Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Освітня програма Економіка соціального забезпечення
Спеціальність 232 Соціальне забезпечення

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ С.Ю. Соколюк
(підпис) (ініціали, прізвище)
“_____” _____ 2023р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Студентці БАРАНЧУК Наталії Миколаївні

(прізвище, ім’я, по батькові)

1. Тема роботи: Оцінка результатів еколого-орієнтованої діяльності соціального підприємництва

Керівник роботи НЕСТЕРЧУК Юлія Олександрівна д.е.н., професор
(прізвище, ім’я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від “___”_____20__ року №____

2. Строк подання студентом роботи 07.12.2023

3. Вихідні дані до роботи – річні статистичні збірники та звіти, науково-економічні праці зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів, програми і плани розвитку різних підприємств та установ та інше.

4. Перелік питань, які потрібно розробити

1. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ
2. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
3. МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

5. Перелік графічного матеріалу

Робота містить 7 рисунків та 8 таблиць

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	Завдання рийняв

7. Дата видачі завдання _____ _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів проекту	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	10-21.10.2022	
2.	Одержання індивідуального завдання	23.10.2022	
3.	Складання календарного плану написання кваліфікаційної роботи	25.10.2022	
4.	Підготовка до виконання кваліфікаційної роботи - підбір та вивчення літератури - участь у виконанні науково-дослідних робіт - виконання курсових робіт	Впродовж навчання	
5.	Уточнення теми кваліфікаційної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства, установи	02.2023	
6.	Підготовка: - першого розділу - другого розділу - третього розділу - висновків	01.-03.2023 04.-08.2023 09.-10.2023 11.2023	
7.	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахування зауважень наукового керівника	29.11.2023	
8.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	01.12.2023	
9.	Перевірка роботи на академічний плагіат	08.12.2023	
10.	Одержання відгуку наукового керівника	12 .12.2023	
11.	Попередній захист роботи на кафедрі	14.12.2023	
12.	Затвердження роботи завідувачем кафедри	14.12.2023	
13.	Одержання рецензії	15.12.2023	
14.	Захист кваліфікаційної роботи	21.12.2023	

Студент _____ _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ _____

Зміст

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1. Загальна системна характеристика підприємства та аналіз господарської діяльності організації

2.2 Індикатори вимірювання економічної та соціальної діяльності соціального підприємництва

2.3. Цілі сталого розвитку – орієнтир для соціального підприємця

РОЗДІЛ 3. МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Сьогодні промислові підприємства України функціонують в умовах високої невизначеності та динамічності зовнішнього середовища, жорсткої конкуренції та кризових явищ як в економічній, так і екологічній сфері. Розвиток економіки України, інтеграція до європейської спільноти та ринку, висока конкуренція на світовому ринку, а також сучасна екологічна ситуація спонукають підприємства до пошуку нових шляхів та напрямків розвитку.

Нова система цінностей суспільства потребує зміни цільових установок розвитку підприємства. Пріоритетними стають його соціально-екологічні аспекти, що, у свою чергу, вимагає переорієнтації поглядів на питання вибору критеріїв розвитку та оцінки ефективного економічного зростання. Така зміна пріоритетів зумовлює необхідність більш детального вивчення розвитку підприємства як соціально-екологічної системи.

Висока конкуренція на світовому ринку спонукає виробників до пошуку нових підходів для залучення та утримання споживачів, максимізації прибутку та зміцнення своїх конкурентних позицій. Цей процес відбувається у таких напрямах, як виробництво продукції з дотриманням усіх вимог громадських, екологічних, торговельних та інших організацій, виробництво продукції класу «преміум», пристосування до нових норм законодавства тощо.

За таких умов екологічна складова діяльності підприємства набуває все більшої значимості і є індикатором технологічності виробництва, розвитку інноваційної бази підприємства та соціально-екологічної відповідальності. І саме тому українські підприємства повинні шукати нові напрямки розвитку, так, зокрема, як соціально-екологічної системи.

Метою написання кваліфікаційної роботи є закріплення теоретичних та практичних знань, сформованих під час навчання та отримання практичного

досвіду роботи відповідно до профілю освітньої програми «Економіка соціальне забезпечення».

У роботі будуть досліджені такі функціональні прояви розвитку підприємства:

1. Економічний розвиток підприємства розглядається як економічна мета діяльності щодо збільшення обсягів виробництва й розширення можливостей задовольняти зростаючі потреби населення, збільшення збуту, потужностей або масштабів виробництва, залучення інвестиційних ресурсів, поліпшення якості продукції.

2. Організаційний розвиток забезпечує ефективність виробництва. Організаційний розвиток підприємства виражається в удосконаленні чинних і застосуванні нових методів та форм організації виробництва й праці, елементів господарського механізму.

3. Техніко-технологічний розвиток підприємства – це процес формування й удосконалення матеріальної бази підприємства, орієнтований на кінцеві результати господарської діяльності за рахунок техніко-технологічних нововведень, тобто модернізації устаткування, технічного переозброєння, реконструкції, розширення, нового будівництва.

4. Соціальний розвиток – це процес удосконалення внутрішнього соціального середовища, він характеризує умови реалізації трудової діяльності персоналу. Процес поліпшення стану соціального середовища на підприємстві дозволяє підвищити зацікавленість працівників у результатах праці, підвищуючи водночас продуктивність і ефективність роботи підприємства.

5. Екологічний розвиток орієнтує підприємства на задоволення потреб людей, забезпечуючи достатню якість життя, раціональне використання природних ресурсів і збереження довкілля.

РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день в науковій літературі є багато різних підходів щодо визначення поняття «розвиток підприємства». Узагальнення таких підходів було проведено в роботі [10], що дозволило сформулювати авторське визначення поняття. Таким чином, у цьому дослідженні під розвитком підприємства будемо розуміти сукупність процесів істотних змін на підприємстві, які мають трансформаційний характер, виводять підприємство на якісно новий рівень і спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства [10].

Як стверджує Дакус А. В. [4], розвиток підприємства повинен здійснюватися так, щоб усі зміни, що відбуваються на підприємстві, в його технологічному комплексі, виробничій, інноваційній і організаційній та управлінській діяльності дозволяли зберігати і покращувати рентабельність і стабільність, а також інші характеристики, відповідають розвитку підприємства.

Згідно з вищезазначеним розвиток підприємства являє собою сукупність економічного, організаційного, технологічного, соціального та екологічного розвитку. При цьому, соціальна й екологічна складові є невід'ємною частиною успішного функціонування та розвитку підприємства.

За Садековою А.А. [13] стійкий розвиток підприємства базується на дотриманні таких принципів:

– екологічна стійкість (значне обмеження використання невідновлювальних ресурсів; обмеження у використанні відновлювальних ресурсів; обмеження викидів у навколишнє середовище; урахування фактора відновлювальності навколишнього середовища);

– економічна стійкість (орієнтація економіки на перспективу; збереження матеріальних і нематеріальних активів; стабілізація грошового

обігу; недопущення або обмеження «нових» боргів; ефективне використання ресурсів; гарантія «прозорості» витрат);

– соціальна стійкість (забезпечення можливості реалізації прав людини, високої якості життя; гарантія безпеки та справедливості; рівність можливостей; гарантія соціального захисту; інвестиції в освіту майбутніх поколінь та ін.).

Таким чином, можна розглядати підприємство не тільки як економічну, а і як соціально-екологічну систему.

Екологічна діяльність підприємства складається з таких основних взаємозв'язаних і взаємозалежних напрямів [5]:

– раціональне використання ресурсів;

– екологізація технології виробництва продукції;

– охорона навколишнього середовища.

Як свідчить практика розвинених країн, екологічно чисті виробництва домінують у будь-якій сфері діяльності, є високорентабельними та найбільш дохідними видами діяльності. Завдяки впровадженню екологічно чистих технологій досягається істотне в декілька разів зменшення виробничих витрат підприємств, суттєве підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, а також досягнення стратегічних пріоритетів у контексті сталого розвитку підприємства [7].

Розглянемо стимулюючі та дестимулюючі фактори (стимулятори та бар'єри) щодо впровадження засад екологічного менеджменту на підприємстві в процесі його розвитку.

Стимулятори є факторами, які створюють або змінюють навколишнє середовище діяльності організації, стимулюючи її використовувати інструменти управління навколишнім середовищем, в тому числі систем управління. Стимулятори, як правило, безпосередньо пов'язані з перевагами.

Бар'єри – фактори, які перешкоджають і навіть можуть знищити розробку, впровадження та функціонування системи управління охороною навколишнього середовища [16].

Аналіз робіт [5, 16] дозволив визначити основні стимулятори та бар'єри щодо соціально-екологічного розвитку підприємства наведені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Стимулюючі та дестимулюючі фактори розвитку підприємства як соціально-екологічної системи

Фактор	Характеристика
Стимулюючі фактори	
Економічні фактори	– зниження витрат; – зменшення ризиків; – збільшення доходів; – конкурентні переваги; – податкові пільги; – високі вимоги до постачальників; – система менеджменту, заснована на ефективності
Вимоги споживачів	– сертифікація; – європейські та світові стандарти; – співробітництво з соціально-екологічно відповідальними постачальниками
Галузеві вимоги/вимоги торгової асоціації	Деякі галузі/торгові асоціації вимагають, щоб їх учасники дотримувалися екологічних кодексів поведінки
Дестимулюючі фактори	
Відсутність мотивації	– відсутність попиту чи вимог споживача щодо реалізації соціально-екологічної політики; – брак знань та відсутність готовність до впровадження засада екологічного управління розвитком підприємства; – відсутність державної чи неурядової підтримки
Ресурсні обмеження	– високі витрати на впровадження екологоорієнтованих технологій; – занепокоєння стосовно вартості та часу, необхідного для створення соціально-екологічної системи; – сприйняття, що екологічний менеджмент є складним і недосяжним
Питання впровадження	– страх виявлення недотримання правил або дозволів; – страх відкриття або виявлення внутрішніх проблем в організації (питання персоналу, проблеми процесу, політика компанії тощо)

Аналіз робіт Данилевича Н. М., Яструбського М. Я. [5] дозволив виділити такі дії з розвитку підприємства як соціально-екологічної системи:

– аналіз зовнішніх умов екологічної діяльності з урахуванням особливостей підприємства;

– планування фінансових витрат екологічної діяльності та джерел їх покриття;

– визначення екологічних ризиків, методів їх регулювання і компенсації втрат від завданого збитку;

– розробка заходів з діагностики і попередження аварійних ситуацій і катастроф;

– регулювання використання вихідних матеріалів, сировини і комплектуючих, паливно-енергетичних ресурсів, умов зберігання і транспортування енергоносіїв, витратних матеріалів і речовин;

– аналіз життєвого циклу продукції згідно із вимогами охорони навколишнього середовища;

– підготовка спеціалістів і навчання робітників підприємства з проблем екологізації навколишнього середовища.

Урахування цих факторів визначає ефективність екологічного менеджменту підприємства, рівень екологічної відповідальності і масштаб зобов’язань підприємства відносно навколишнього середовища.

У сучасних умовах будь-яке підприємство відчуває гостру конкуренцію, знаходиться в процесі безперервних змін, тому що в противному випадку його здатність до виживання в динамічній обстановці перебуває під загрозою. Саме тому необхідно розробляти напрямки соціально-екологічного розвитку підприємства.

Кулиняк І. Я., Прийма Л. Р., Шпак О. Г. у [9] пропонують розподіл напрямків розвитку підприємства за функціональним принципом. При цьому вони обґрунтовують свій підхід тим, що динамічність зовнішнього середовища, наявність невизначеності, неповноти інформації, нестабільності зобов’язують підприємства постійно впроваджувати зміни.

Усі види діяльності підприємства взаємозв'язані й певною мірою формують кінцевий результат, тому менеджмент підприємства, плануючи досягнути певного результату у довготерміновій перспективі, повинен приділяти значну увагу вивченню напрямів усіх аспектів економічного розвитку: виробничого, маркетингового, інноваційного, фінансового, інвестиційного тощо.

У свою чергу, Вишиванюк М. В. у роботі [2] розглядає методи і напрямки екологічного розвитку.

Синтез робіт [2, 9] дозволив виокремити основні напрями розвитку підприємства як соціально-екологічної системи (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Напрями розвитку підприємства як соціально-екологічної системи

Функціональний аспект розвитку підприємства	Напрями розвитку підприємства
Виробничий	– розширення номенклатури та асортименту продукції за рахунок виробництва екологічно дружніх товарів та послуг; – впровадження ефективних методів нормування запасів ресурсів; – використання екологічної сировини; – використання альтернативних джерел енергетики; – контроль за дотриманням природоохоронного законодавства, стандартизація, екологічний моніторинг, ліцензування господарської діяльності, нормування природокористування, екологічна сертифікація, екологічна експертиза, екологічні та ресурсні цільові програми, екологічний аудит; – підвищення виробничої потужності
Інноваційний	-визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності у сфері екологізації діяльності підприємства; – перехід на інноваційні методи ведення виробничо-господарської чи іншої діяльності; – міжнародне співробітництво в екологічній сфері; – застосування техніко-технологічних засобів і рішень для захисту і розвитку навколишнього середовища

Фінансовий	– виділення фінансування на природоохоронні заходи; – стимулювання вкладення коштів в екологічну сферу; – формування цінової політики з урахуванням екологічної складової; – оптимізація витрат на ресурси, виробництво, заробітну плату; – оптимізація втрат від настання ризиків, у тому числі екологічних; – фінансування забезпечення екологічної безпеки підприємства; – фінансування «зелених ініціатив» (наприклад, зелений офіс)
Інвестиційний	– балансування доходу та ризику від інвестиційних проектів у сфері соціально-екологічного розвитку; – планування природокористування, створення цільових програм; – участь у державних програмах фінансування соціально-екологічних проектів
Маркетинговий	– удосконалення продукції відповідно до потреб ринку; – впровадження принципів екологічного маркетингу на підприємстві; – організація комерціалізації та впровадження екологічних технологій; – стимулювання і формування попиту на екологічні товари та послуги; – диверсифікація діяльності, асортименту продукції; – пошук нових споживачів, клієнтів, партнерів
Розвиток персоналу	– підвищення рівня екологічної культури персоналу підприємства; – сприяння формуванню екологічної свідомості та моральної відповідальності персоналу
Інформаційно-комунікаціний	– організація інформаційного обслуговування підприємства; – створення відповідної інформаційної підтримки діяльності підприємства; – створення системи розповсюдження та оповіщення про стан навколишнього середовища та екологічну безпеку підприємства; – розробка нових інформаційних каналів

Для вітчизняного підприємства важливо формувати власну екологічну політику, найбільш оптимальну для конкретних умов його функціонування, цілей підприємства і пріоритетів його розвитку. Це передбачає використання вищезазначених екологічних складових при обґрунтуванні напрямків розвитку.

Реалізація зазначених напрямків соціально-екологічного розвитку підприємства сприятиме не лише охороні навколишнього середовища, а й матиме певний економічний ефект.

Об'єктивна оцінка результатів діяльності СП та їх внеску у розв'язання певної соціальної або соціально-екологічної проблеми є необхідною передумовою не тільки їх сприйняття і визнання суспільством, але й підвищення ефективності їх діяльності та подальшого розвитку. Разом з тим, така оцінка має виразні особливості, обумовлені специфікою самих СП. СП має одночасно дві тісно взаємопов'язані системи цілей. Одна (пріоритетна) спрямована на вирішення певної значущої соціальної проблеми. Друга (підпорядкована) — на досягнення прибутковості (самоокупності або часткової самоокупності). При цьому досягнення підпорядкованої мети формує базу для реалізації пріоритетної. Отже, в процесі оцінювання діяльності СП необхідно чітко розмежовувати соціальні та бізнес результати його функціонування. Вибір фокусу оцінювання суттєво впливає на її методику.

Сутність поняття «результати діяльності соціального підприємства» на сьогоднішній день вивчене недостатньо. Під результатом діяльності як кінцевим підсумком функціонування підприємства розуміють продукт праці: вироблені товари, надані послуги, виконанні роботи. Але існують ще й інші результати, такі як заробітна плата працівників, податки, умови праці тощо. Тобто підприємство не можна розглядати лише як суб'єкт господарювання. Результати його функціонування забезпечують певний рівень задоволення соціальних потреб. У посібнику «Соціальне підприємництво: від ідеї до

суспільних змін» [3] колектив авторів розглядають як економічні, так і соціальні результати діяльністі будь-якого підприємства:

$$РДП = ЕР + СР \qquad (1.1)$$

де: РДП - результати діяльності підприємства;

ЕР - економічні результати ;

СР - соціальні результати.

Економічний ефект функціонування підприємства являє собою різницю між вартісною оцінкою економічних результатів і сукупністю витрат на їх досягнення та вимірюється у вартісній формі показниками збільшення обсягу виробництва та реалізації продукції, прибутку, економії витрат тощо.

Складнішою і, на сьогоднішній день, дискусійною залишається проблема вимірювання та оцінювання соціальних результатів діяльності підприємства. Під соціальними результатами діяльності підприємства ми розуміємо всі ті наслідки його функціонування, які пов’язані з різноплановими соціальними потребами не тільки працівників самого підприємства, але й споживачів його продукції, інших соціальних груп та впливом на оточуюче середовище. За такого визначення сутності соціальних результатів діяльності підприємства можна виокремити два їх компоненти: внутрішній і зовнішній.

$$СРД = СРв + СРз \quad (1.2)$$

де, СРД - соціальні результати діяльності підприємства;

СРв - внутрішня компонента соціальних результатів;

СРз - зовнішня компонента соціальних результатів

Внутрішній компонент соціальних результатів діяльності підприємства стосується його практики щодо власного персоналу: створення належних умов праці; стабільна виплата заробітної плати та забезпечення її соціально обґрунтованого рівня, тощо.

Зовнішній компонент соціальних результатів охоплює такі їх види: забезпечення зайнятості населення; сплату податків до Фонду соціального страхування; виготовлення якісних товарів та послуг для задоволення потреб споживачів (якість, ціна, поінформованість про їх властивості); природоохоронну та ресурсозберігаючу діяльність; спонсорську допомогу місцевим, культурним, освітнім, медичним, спортивним, житлово-комунальним організаціям; благодійну діяльність з підтримки соціально незахищених верств населення і т. ін.

Кожний із зазначених видів соціальних результатів має специфічні, відмінні від інших характеристики. Відповідно, і їх оцінювання передбачає використання різного інструментарію. Специфіка соціальних результатів обумовлює низку проблем, пов'язаних з їх вимірюванням та оцінюванням:

- обмежені можливості використання ринкових цін та грошових вимірників;

- складності переведення соціальних результатів у достатньо конкретні кри-терії та показники;

- відтермінованість у багатьох випадках фактичного прояву соціальних результатів діяльності підприємств;

- множинність видів соціальних результатів та різноманітні інтереси стейкхолдерів.

Природоохоронну та ресурсозберігаючу діяльність в методичній літературі відносять до соціальних результатів. Але ми вважаємо, що необхідно відокремити екологічну складову, що має відноситись до результатів діяльності підприємництва. У зв'язку із цим формула для розрахунку результатів діяльності підприємства виглядатиме наступним чином:

$$РДП = ЕР + СР + ЕкР \quad (1.3)$$

де, ЕкР – екологічний результат діяльності підприємництва

$$ЕкР = ЕкРв + ЕкРз \quad (1.4)$$

де, ЕкРв - внутрішня компонента екологічних результатів,

ЕкРз – зовнішня компонента екологічних результатів

До внутрішньої компоненти екологічних результатів можно віднести кількісні показники діяльності підприємства щодо еко-орієнтованої діяльності: об'єми виробництва екологічно-чистої продукції, об'эми збору твердих побутових выдходів, надання екологічних послуг, частка прибутку підприємства, що виділина на природоохоронні проекти. До зовнішньої компоненти еколоічних результатів можно віднести відвернутий еколого-економічний збиток за рахунок впровадження природоохоронних проектів.

Узагальнення результатів наукових досліджень та практики оцінювання соціальних результатів державних бюджетних програм, соціальних проектів неприбуткових та бізнес-організацій свідчить про те, що у цій сфері на сьогоднішній день сформований понятійно-категоріальний апарат. До основних категорій, які використовують науковці та практики в процесі оцінки соціальних результатів, належать такі:

Виходи (Outputs) — індикатори і інші вимірні змінні у діяльності організації, які ке-рівництво може безпосередньо виміряти, тобто прямі результати діяльності під-приємства. Наприклад, 100 людей підвищили кваліфікацію [1]. Результати (Outcomes) — конкретні зміни у відносинах, поведінці, знаннях, нави-чках, навколишньому середовищі, суспільстві, що виникають в результаті діяльності підприємства. Наприклад, скорочення викидів на певну величину або зниження злочинності в районі [1]. Впливи (Impacts) — та частина загального результату, що сталася в результаті діяльності компанії, понад те, що сталося б, так чи інакше. Це довгострокові зміни, яких ви намагаєтеся досягти або сприяєте цьому [1].Соціальний вплив (Social impact) — позитивна зміна, що організація створила або здійснює протягом довгого періоду часу. Ця зміна може стосуватися соціальної, економічної сфери та/або навколишнього середовища [1].

Соціальна цінність (Social value) — додаткова перевага для суспільства від про-цесу введення в експлуатацію/закупівлі понад прямі закупівлі товарів, послуг і ре-зультатів. Наприклад, коли транспортна компанія, що отримала тендер на запуск автобусних маршрутів у Лондоні, забезпечує додаткову цінність за рахунок додат-кового надання послуг соціального перевезення літніх людей та осіб з інвалідністю [2, с. 11-12].

Ключовим компонентом системи оцінювання соціальних результатів програм, проектів та діяльності організацій, на якому наголошують практично всі науковці, є процес вимірювання. Основною метою вимірювання є визначення результату у контексті отримання позитивних (або негативних) кількісних або якісних змін у споживачів їх товарів, робіт, послуг.

Вивчення спеціальної літератури дозволяє нам виокремити такі три основні методичні підходи до оцінки соціальних результатів: кількісний, цільовий та множинності інтересів зацікавлених сторін (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Характеристика методичних підходів до оцінки соціальних результатів

Підхід	Переваги	Недоліки
Кількісний	Надає чітке уявлення про одержанні соціальні результати; забезпечує можливості порівнювати результати реалізації одних програм (проектів, діяльності) з результатами інших.	Обмежена сфера його застосування, Оцінка не відображає причинно-наслідкові зв’язки між цілями та результатами.
Цільовий	Дозволяє відобразити причинно-наслідкові зв’язки між процесом діяльності та досягнутими результатами.	Не можливість застосування, коли цілі діяльності важко піддаються опису.
Множинності інтересів зацікавлених сторін	Багатомірна оцінка соціальних результатів. Врахування особливостей відповідного виду соціального результату, специфіки соціальних проблем окремої території.	Неможливість узгодити належним чином розуміння цілей діяльності підприємства різними групами стейкхолдерів.

Кількісний підхід ґрунтується на визначені співвідношення між витраченими коштами та отриманим ефектом. Основні переваги даного підходу: надає чітке уявлення про одержанні соціальні результати; забезпечує можливості порівнювати результати реалізації одних програм (проектів, діяльності) з результатами інших; слугує наочною інформаційною базою для потенційних інвесторів. До недоліків варто віднести обмежену сферу його застосування, тобто можливість оцінити лише певний спектр соціальних результатів, а саме лише ті, що можна виміряти кількісно. Крім того, оцінка не відображає причинно-наслідкові зв’язки між цілями та результатами.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1. Загальна системна характеристика підприємства та аналіз господарської діяльності організації

Організація ТОВ «ІДАП» зареєстрована 09.06.2015 за юридичною адресою: Україна, 4, місто Київ, ВУЛИЦЯ ГНАТА ХОТКЕВИЧА. Керівником організації є ЧЕРНІКОВ ОЛЕКСІЙ ВІКТОРОВИЧ. Розмір статутного капіталу складає 158 400,00 грн.. На момент останнього оновлення даних 14.10.2023 стан організації - Не перебуває в процесі припинення.

Повне найменування юридичної особи (станом на 14.10.2023): ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ІДАП

Скорочена назва:

- ТОВ «ІДАП».

Назва англійською

LIMITED LIABILITY COMPANY IDAP (IDAP, LLC).

Статус юридичної особи (станом на 14.10.2023) - Не перебуває в процесі припинення.

Код ЄДРПОУ: 39827747.

Дата реєстрації:

09.06.2015 (8 років 4 місяці)

Уповноважені особи- ЧЕРНІКОВ ОЛЕКСІЙ ВІКТОРОВИЧ.

Розмір статутного капіталу - 158 400,00 грн.

Організаційно-правова форма - Товариство з обмеженою відповідальністю.

Форма власності -Недержавна власність.

Види діяльності:

Основний: 62.01 Комп'ютерне програмування.

Інші: 58.21 Видання комп'ютерних ігор;

58.29 Видання іншого програмного забезпечення;

62.02 Консультування з питань інформатизації;

За даними з податкових реєстрів України організація ТОВ «ІДАП», Перебуває на обліку в органах доходів та зборів, зафіксовано що по реєстру «Дізнайся більше про свого бізнес-партнера» на 02.05.2022 не має податкового боргу, Дійсне свідоцтво ПДВ в реєстрі платників ПДВ і Відсутня реєстрація в Реєстрі неприбуткових установ та організацій.

У зв'язку з введенням воєнного стану в Україні Державна податкова служба України в травні 2022 року обмежила доступ до більшості публічних електронних реєстрів, де вона є розпорядником, тому деяка інформація, яка зазначена в розділі «Податкова та інші державні органи», не оновлюється, окрім даних реєстру платників ПДВ, реєстру платників єдиного податку, реєстру «Великих платників податків» та реєстру неприбуткових установ та організацій.

Ознака прибутковості (станом на 15.10.2023). Відсутня реєстрація в Реєстрі неприбуткових установ та організацій.

Товариство створене з метою задоволення суспільних потреб у роботах, продукції, послугах суспільства, одержання від своєї діяльності прибутку й реалізації на його основі соціальних програм, передбачених Статутом, а також соціально-економічних інтересів учасників і членів трудового колективу. Станом на 2022 рік штат працівників налічує 75 осіб. Варто зазначити, що дане підприємство здійснює діяльність на міжнародному просторі.

Організаційна структура ТОВ «ІДАП» подана на рис. 2.1.

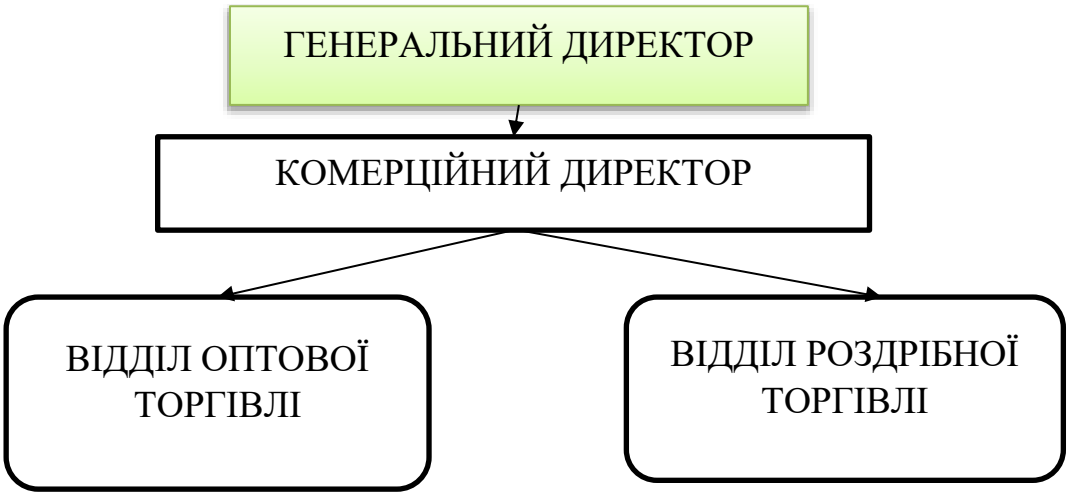

Рисунок 2.1 - Організаційна структура управління ТОВ «ІДАП»

Майно товариства складається зі Статутного й іншого фондів, які створюються за рішенням Зборів Учасників Товариства. Джерелами формування майна товариства є: внески учасників; прибуток, отриманий від реалізації продукції, робіт, послуг, а також інших видів господарської діяльності; кредити банків й інших кредиторів; інші джерела, не заборонені законодавством.

Майно Товариства становлять основні фонди й оборотні кошти, а також інші цінності й фінансові ресурси, вартість яких відображається на самостійному балансі. Товариство є власником, здійснює володіння, користування й розпорядження цим майном, включаючи вироблену продукцію й отримані прибутки. Основні фінансові показники подано у табл. 2.1.

З поданих розрахунків видно, що у 2022 році підприємство отримало прибуток, а саме 3476,5 тис. грн. На це вплинуло стрімке зростання, а саме на 7347,9 тис. грн., чистого доходу від реалізації продукції. Це зумовлено саме змінами у зовнішньому середовищі – поширення коронавірусної інфекції.

Таблиця 2.1

Фінансові показники ТОВ «ІДАП»

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік	+,- 2022 від 2020 рр.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	42822	55541,2	62889,1	7347,9
Інші операційні доходи	497	1065,4	407,3	-658,1
Інші доходи	-	5,2	2,7	-2,5
Разом доходи	43319	56611,8	63299,1	6687,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	28318	33741,2	42628,7	8887,5
Інші операційні витрати	422	23816,4	16203,5	-7612,9
Інші витрати	0	0	3,2	3,2
Разом витрати	28740	57557,6	58835,4	1277,8
Фінансовий результат до оподаткування	488	-945,8	4463,7	5409,5
Податок на прибуток	44	0	987,2	987,2
Чистий прибуток (збиток)	203	-945,8	3476,5	4422,3

Основним видом діяльності для даного підприємства є виробництво програмного забезпечення. На даний момент підприємство дещо уповільнило процес виробництва, але так як ТОВ «ІДАП» у своїй діяльності використовує обладнання власного виготовлення, доцільно буде розглянути його діяльність з точки зору медичної практики.

Напрямок діяльності - повний цикл розробки програмного забезпечення.

Клієнти - малий та середній бізнес. Якщо розглядати структуру, то найбільшу частку становлять продукти саме для середнього бізнесу (рис. 2.2).

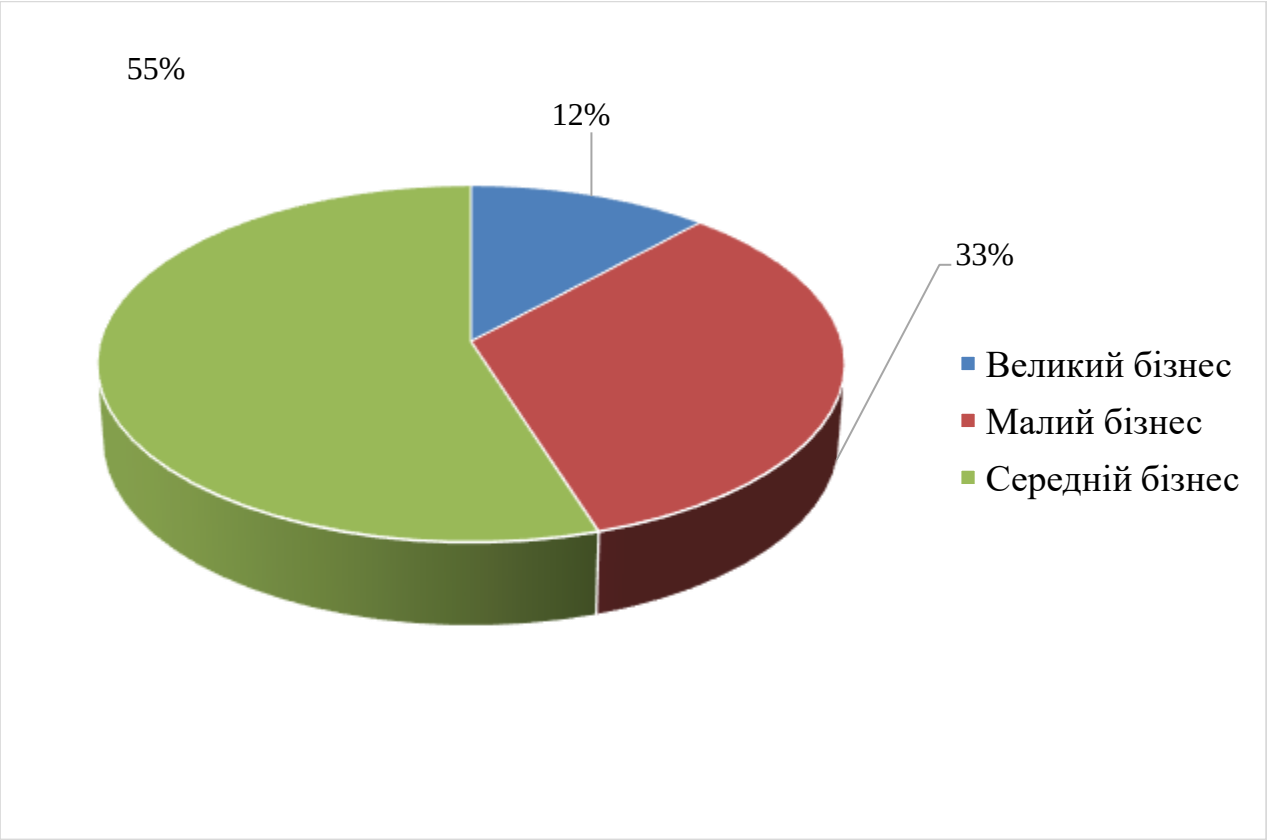

Рисунок 2.2 Структура клієнтів ТОВ «ІДАП» за розміром діяльності

Географія клієнтів - Європа, Америка, Україна (рис. 2.3).

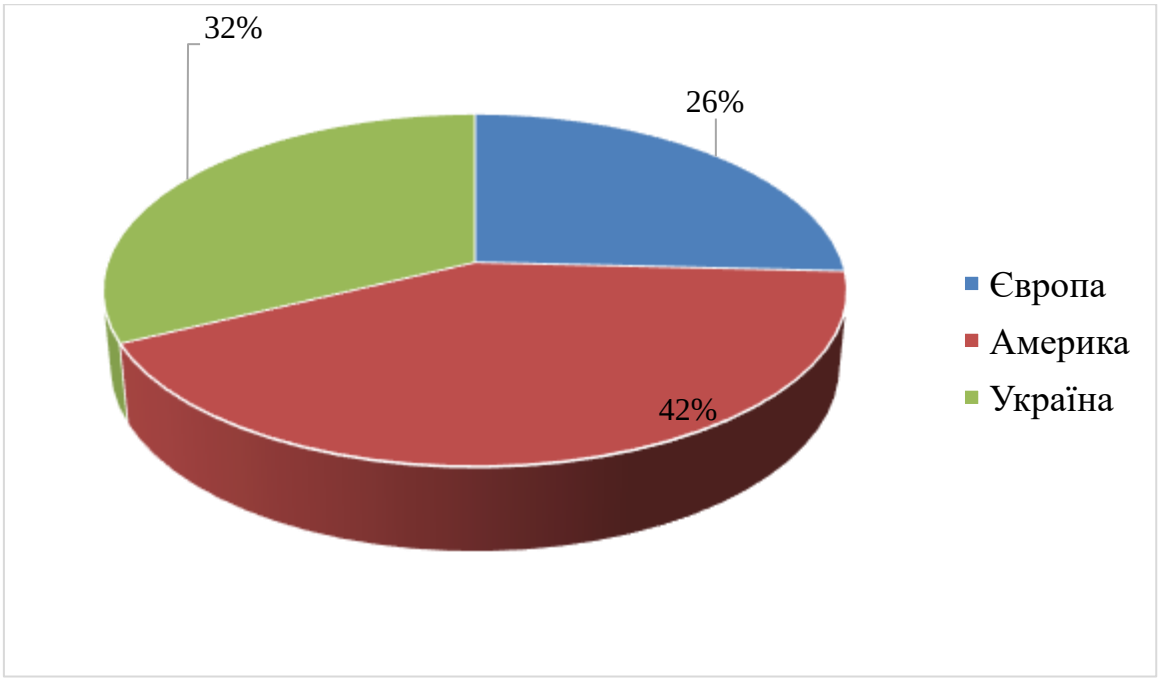

Рисунок 2.3 Структура клієнтів ТОВ «ІДАП» за географічною ознакою

Характеристика цінової політики підприємства вимагає первісного аналізу стану підприємства, виявлення основних показників ефективності його роботи, визначення основних проблем і перспектив розвитку підприємства. Для цього проведений аналіз динаміки основних показників економічної діяльності ТОВ «ІДАП», показників ефективності використання основних ресурсів підприємства, а також оцінено фінансовий стан підприємства.

Розрахунок рентабельності продукції, рентабельності виробництва, рентабельність капіталу й рентабельність вкладень у підприємство. Дані показники представлені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Показники рентабельності ТОВ «ІДАП», %

Показник	Розрахунок	2020р	2021р	2022р
Рентабельність продукції, надання послуг	Валовий прибуток / собівартість продукції	32,48	35,38	42,72
Рентабельність виробництва (діяльності)	Чистий прибуток / чистий виторг	5,2	7,93	10,27
Рентабельність виробничих фондів	Чистий прибуток / середньорічна вартість основних фондів й оборотних активів	40,16	53,28	73,10
Рентабельність вкладень	Чистий прибуток / підсумок балансу	30,12	45,58	64,83

Відповідно до даної таблиці, всі показники рентабельності досить високі й змінюються у бік збільшення. Це показує, що підвищується відносна ефективність роботи підприємства.

Динаміка активів ТОВ «ІДАП» подано на рис. 2.4.

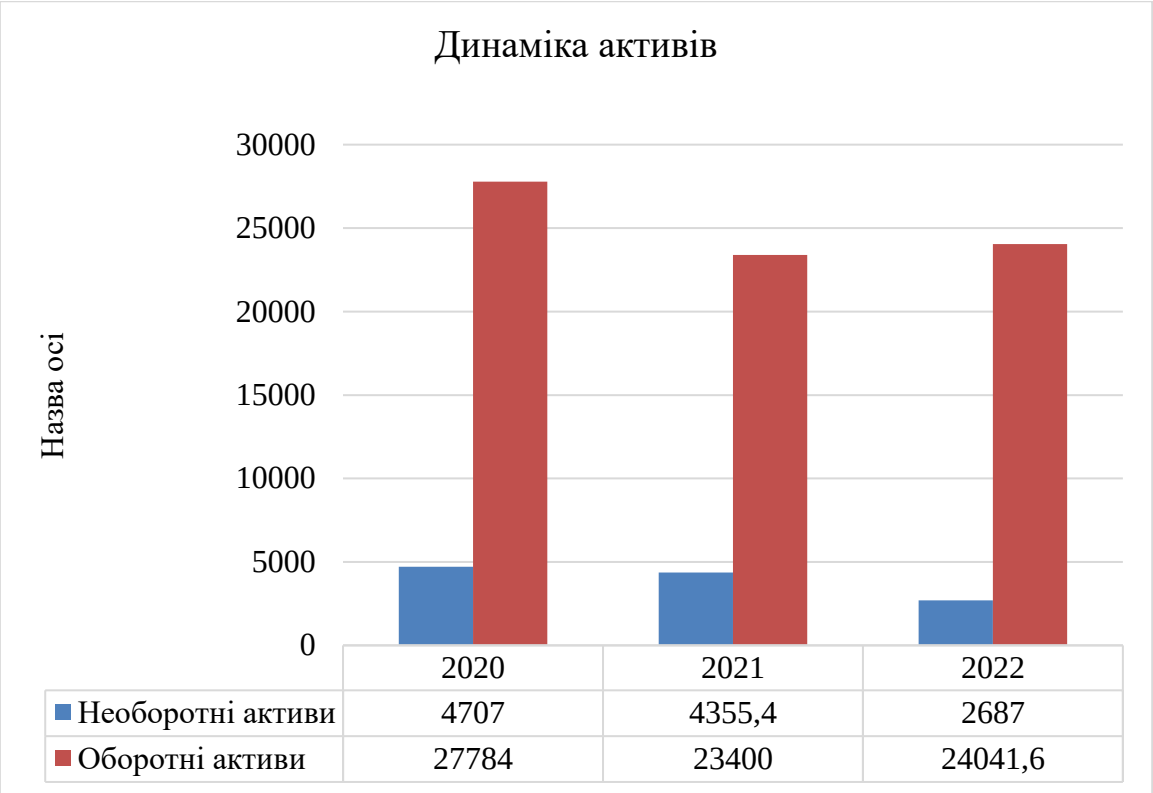

Рисунок 2.4 Динаміка активів ТОВ «ІДАП»

За результатами аналізу ефективності використання ресурсів можна зробити наступні висновки:

– ресурси підприємства в цілому використовуються досить ефективно, показники ефективності мають тенденцію до зростання;

– керівництво ТОВ «ІДАП» надалі планує нарощування ресурсної бази з метою розширення обсягів своєї діяльності.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності (терміновості) показує, яка частина поточних зобов'язань може бути погашена коштами, що мають абсолютну ліквідність, тобто коштами, що перебувають у розпорядженні підприємства. Даний коефіцієнт має особливе значення для постачальників ресурсів і банку, що кредитує підприємство. Для ТОВ «ІДАП» цей показник на кінець 2022 року поступово збільшується.

Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів (коефіцієнт фінансування) показує, скільки позикових коштів підприємство залучає

розраховуючи на 1 гривню власних коштів, вкладених в активи. Нормальне значення – менше одиниці.

Розглянувши основні показники фінансового стану ТОВ «ІДАП», можна зробити наступні висновки: у цілому фінансовий стан підприємства є досить стійким, підприємство здатне вчасно погашати свої поточні зобов'язання і є платоспроможним на перспективу, тобто має можливість розплачуватися й по довгострокових зобов'язаннях. Капітал підприємства здебільшого вкладений у фінансування досить ліквідних активів.

Аналіз основних показників економічної діяльності й фінансового стану дозволяють зробити наступні висновки: підприємство розширює свою діяльність, збільшуються абсолютні показники, такі, як виторг і чистий прибуток, поліпшуються показники ефективності використання ресурсів, підприємство розширює свою частку ринку, діяльність є рентабельною, фінансовий стан ТОВ «ІДАП» є досить стійким, підприємство платоспроможне.

2.2 Індикатори вимірювання економічної та соціальної діяльності соціального підприємництва

Цільовий підхід пов’язує соціальні результати із ступенем досягнення цілей діяльності. Для оцінювання використовуються не лише кількісні, але й якісні показники. Цільовий підхід дозволяє відобразити причинно-наслідкові зв’язки між процесом діяльності та досягнутими результатами. Відповідно, це дає змогу проаналізувати окремі етапи реалізації програми та виявити слабкі місця. Проблеми із застосуванням цільового підходу виникають у разі, коли цілі діяльності важко піддаються операційному опису. Застосування цього підходу не дозволяє визначити прогрес в діяльності підприємства.

Достатньо широко, враховуючи багатоаспектність видів соціальних результатів, на практиці застосовують підхід множинності інтересів зацікавлених сторін. В основу цього підходу покладено гіпотезу про те, що

різні групи стейкхолдерів (споживачі, донори, засновники, співробітники, місцеві органи влади та ін.) по-різному сприймають та оцінюють соціальні результаті. Внаслідок цього оцінювання соціальних результатів стає багатомірним. Недоліки цього підходу пов'язані із неможливіс-тю узгодити належним чином розуміння цілей діяльності підприємства різними групами стейкхолдерів і відповідно комплексно оцінити досягнуті соціальні результати. Навпаки, перевага даного підходу стосуються врахування особливостей відповідного виду соціального результату, специфіки соціальних проблем окремої території, конкретних інтересів стейкхолдерів, в тому числі інвесторів.

Узагальнення існуючих підходів дає підстави для висновку про відсутність універсального методу оцінювання соціальних результатів, оскільки програми, проекти, види діяльності різних організацій та інтереси стейкхолдерів суттєво відрізняються. Отже, кожна організація, в т.ч. і соціальне підприємство, має розробляти свій власний інструментарій оцінювання результатів соціальної діяльності, який би відображав специфіку його соціальної орієнтації.

Узагальнення результатів наукових досліджень та міжнародної практики дозволяє виокремити сім груп індикаторів економічної та соціальної діяльності (табл. 2.3).

Перша група — індикатори витрат, за їх допомогою здійснюється вимірювання обсягів та структури ресурсів, які організація використовує у своїй діяльності. До них зокрема відносять обсяги витрачених фінансових ресурсів, кількість залученого персоналу, кількість обладнання необхідного для здійснення такої діяльності тощо.

Друга група — індикатори обсягу (або продукту), вимірюють обсяги наданих послуг, виробленого продукту, виконаних робіт. Залежно від специфіки соціальної діяльності такими індикаторами можуть бути: кількість благоотримувачів, обсяги виробництва товарів або кількість наданих послуг, кількість видів послуг або асортимент товарів тощо.

Таблиця 2.3

Групи індикаторів вимірювання економічної та соціальної діяльності соціального підприємництва

№	Тип	Сутність
1.	Індикатори витрат	Відображають використання ресурсів в СП
2.	Індикатори продукту	Відображають обсяг виробленої продукції, виконаних робіт та наданих послуг.
3.	Індикатори результату	Кількісні та якісні зміни, що відбулися у клієнта.
4.	Індикатори якості	Відображають властивості продукції, які обумовлюють її придатність, задоволення певних потреб відповідно до призначення
5.	Індикатори ефективності	Відображають співвідношення між витраченими ресурсами та обсягом виготовлених товарів або наданих послуг.
6.	Індикатори результативності	Відображають співвідношенням між витраченими ресурсами та отриманими результатами
7.	Індикатори впливу	Характеризують позитивні зміни соціальних показників на рівні місцевої громади, міста або регіону.
8..	Індикатори екологічного результату	Характеризують позитивні зміни екологічних показників в регіоні, місті.

Третя група — індикатори результату, призначені для оцінки кількісних або якіс-них змін, які відбулися у клієнтів (споживачів) внаслідок діяльності організації. До них, як правило, відносять показники кількості або частки осіб, які покращили своє соціальне становище (знайшли роботу, повернулися до сім'ї, припинили вживати наркотики, підвищили кваліфікацію тощо).

Четверта група — індикатори якості, відображають ступінь задоволеності благоотримувача товарами або послугами відповідно до їх призначення. Для кожного соціального результату такі індикатори є специфічними, це може бути зменшення часу очікування надання послуги, кількість скарг тощо.

П’ята група — індикатори ефективності — характеризують співвідношення між витраченими ресурсами та обсягом виготовлених товарів або наданих послуг. Ці індикатори також є специфічними, проте найчастіше застосовують показники вартості послуг в розрахунку на одного благоотримувача, кількість благоотримувачів у розрахунку на одного працівника організації, витрати часу одного працівника на обслуговування одного благоотримувача тощо. Окрім цього останніми роками все більшої популярності набирає визначення соціальної цінності, що, на нашу думку, можна віднести до показників ефективності. Найбільш відомим індикатором для виміру соціальної цінності є SROI (англ. Social Return on Investment) — соціальна рентабельність інвестицій. Сутність даного інструменту полягає в роз-рахунку соціальної цінності на основі аналізу дисконтованих грошових потоків для розрахунку як економічних, так і соціальних вигод підприємства, тобто показує скільки соціальної вигоди створено підприємством на кожен інвестований долар [5; 6; 7].

Шоста група — індикатори результативності — вимірюються співвідношенням між витраченими ресурсами та отриманими результатами. Наприклад, фінансові витрати у розрахунку на одну особу, у якої відбулися позитивні зміни соціального становища.

Сьома група — індикатори впливу — характеризують позитивні зміни соціальних показників на рівні місцевої громади, міста або регіону.

Восьма група – індикатори екологічних результатів – характеризують позитивні зміни екологічних показників завдяки впровадженню природоохоронних проектів, що підтримує підприємство та/або позитивні показники еколого-орієнтованої діяльності, що веде підприємство.

Для кожної із груп показників має бути встановлена база порівняння, тобто конкретні величини кількісних показників, як правило це — цільові значення показників діяльності соціального підприємства в рамках планового періоду.

До кожного із вище зазначених показників висуваються такі вимоги:

адекватність — показники не повинні спотворювати діяльність СП;

об’єктивність — звітні данні повинні бути достатньо повними;

достовірність — відповідність інформації дійсності;

прозорість — однозначність інтерпретації як спеціалістами, так і споживачами;

рентабельність — вартість збирання інформації врівноважується її корисністю;

порівнянність — забезпечення їх зіставлення з окремими показниками і за окремими періодами;

регулярність — звітні дані мають надаватися систематично, рівномірно, через певні проміжки часу;

повнота — звітні показники не повинні призводити до викривлення значущості окремих функцій;

відкритість до впливу — керівники відповідальні за бізнес-діяльність чи за соціальну діяльність повинні бути в змозі впливати на діяльність, що вимірюється.

Необхідним етапом для оцінювання є визначення джерел, збирання та обробка інформації — на цьому етапі необхідно визначитися з основними джерелами та методами збирання ін-формації, необхідної для розрахунків вибраних показників. Джерелами інформації у процесі вимірювання результатів діяльності СП є документи його фінансової та статистичної звітності, результати спеціальних обстежень, інформація про резуль-тати діяльності інших аналогічних підприємств, результати анкетування, інтерв’ю.

Для визначення соціальних результатів досить часто звертаються до такого методу збирання інформації як опитування, оскільки за його допомогою можна отримати прямий чи непрямий контакт з респондентами та отримати відповіді на ті питання, що цікавлять. Проте, незважаючи на ряд переваг, (інтерв’ю: отримання більш пов ної інформації порівняно з

анкетуванням; можливість спостереження за неверба-лікою опитуваного; можливість уточнення питань;

анкетування: можливість опитати велику аудиторію респондентів; анонімність процедури підвищує відвертістьі довіру респондентів; легка обробка отриманих даних [8]) опитування не можна вважати повністю достовірним та об'єктивним джерелом інформації, оскільки і анкетування, і інтерв'ю мають свої недоліки, а саме: низька оперативність процедури, значні витрати часу та коштів, можливість надання недостовірної інформації тощо. Після завершення цього етапу мають бути розроблені показники діяльності (в тому числі формули для їх розрахунку), визначені джерела інформації та методи її збирання.

Окрім цього, у процесі розробки та впровадження обраного методичного підходу до оцінювання діяльності СП необхідно враховувати наступні фактори [9]: розробка ефективної системи оцінювання потребує значних затрат часу та ресурсів, а також відповідних навиків у персоналу; інформація про результати оцінювання має використовуватися для прийняття управлінських рішень, а не лише для звіту-вання; система оцінювання діяльності повинна бути простою та зручною у застосуванні; підвищенню ефективності діяльності СП може сприяти поінформованість працівників СП щодо цілей та результатів його діяльності.

Разом з тим, в процесі оцінювання діяльності СП може стикнутися з рядом ризиків, а саме: врахування інтересів великої кількості зацікавлених сторін і широкого спектру цілей діяльності може обтяжити систему оцінювання значною кількістю показників, що в свою чергу може призвести до значних витрат ресурсів і зниження ефективності такого процесу; наявність непрямих результатів діяльності СП; відстроченість прояву результатів діяльності СП; недостатньо конкретно ви-значенні цілі СП; специфічність результатів діяльності, яка проявляється в обмеже-ній можливості їх кількісного вимірювання, труднощах вимірювання соціального

ефекту (не вся діяльність піддається кількісному визначенню, особливо це стосується сфери послуг).

Важливість здійснення оцінювання діяльності соціального підприємства обумовлена тим, що це не лише буде сприяти ефективному плануванню діяльності такого підприємства, а також надасть змогу потенційним інвестором прорахувати майбутні результати діяльності соціального підприємства, розмір потенційного доходу та контролювати ефективність використання вкладених коштів; для працівників та благоотримувачів — проконтролювати чи відповідає діяльність СП за-декларованій меті; для місцевих органів влади — об'єктивно приймати рішення щодо доцільності сприяння розвитку тому або іншому соціальному підприємству.

2.3. Цілі сталого розвитку – орієнтир для соціального підприємця

Актуальність впровадження екологічно орієнтованого підприємництва продемонстровано в ряді міжнародних документів та декларацій, в тому числі в Глобальних цілях сталого розвитку ООН.

Цілі сталого розвитку (ЦСР), які ще називають "Глобальними цілями" – це загальний заклик до дій, спрямованих на те, щоб покінчити з бідністю, захистити планету і забезпечити мир і процвітання для всі людей у світі. ЦСР набули чинності у січні 2016 року, і вони знаходяться в основі політики та фінансування ПРООН протягом наступних 15 років.

30 вересня 2019 року, вийшов Указ Президента України №722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року», де представлені результати адаптації ЦСР з урахуванням специфіки розвитку України, викладені у Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна», та зобов'язання забезпечувати дотримання Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року:



Рисунок 2.5 Цілі сталого розвитку України до 2030 року

Впровадження зелених та екологічно чистих практик у громаді створює здоровіші умови для людей, які в ній живуть, даючи їм можливість жити довше, щасливіше та продуктивніше. Це одна із найважливіших переваг, оскільки значну кількість станів здоров'я та захворювань можна прив'язати до несприятливого екологічного стану.

Наприклад, переробка та мінімізація сміття допомагає зробити найближче середовище чистішим та привабливішим для проведення часу. Це призводить до того, що кількість шкідників, таких як комахи та гризуни, зменшується на даній території. І відповідно, зменшується кількість захворювань, що ними переноситься.

Інший приклад – переорієнтація на екологічні типи палива, призведе до отримання чистішого та здоровішого повітря, а також зменшить шанси дітей та людей похилого віку отримати респіраторні захворювання.

Концепція екологічно орієнтованого соціального підприємництва забезпечує збалансоване рішення, як економічних проблем держави, так і соціальних, при цьому ставлячи в пріоритет природоохоронну політику для створення і підтримки сприятливого навколишнього середовища, з метою задоволення потреб не тільки людей, які живуть зараз, а й майбутнього покоління. Екологічно орієнтоване соціальне підприємництво дає можливість забезпечити стабільний соціально економічний розвиток, що не руйнує природнього середовища.

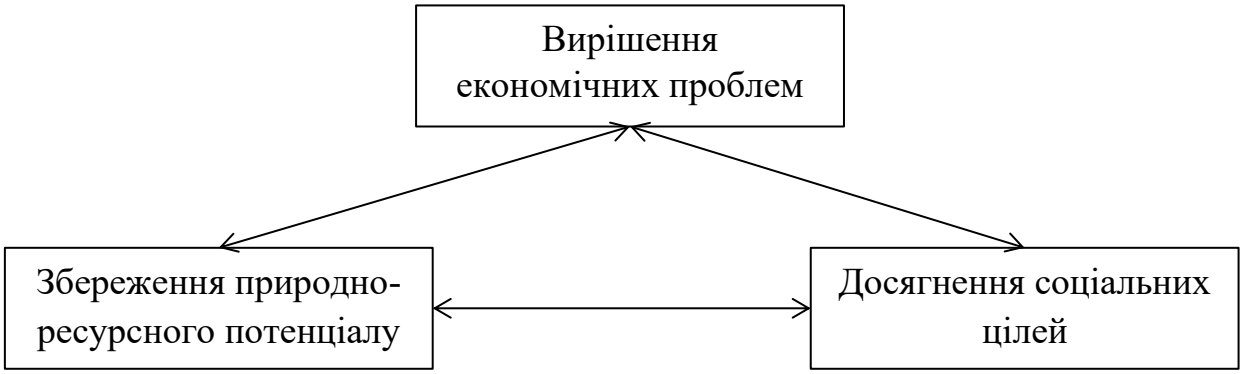

Рисунок 2.6 Модель соціально-економічного розвитку на основі екологічної зорієнтованості

Ця модель відповідає баченню сталого розвитку світу та бізнесу загалом. Перехід до сталого розвитку багато в чому залежить від діяльності екологічно орієнтованих підприємств, оскільки вони здатні вирішити загострення протиріч між екологічною, економічною та соціальною сферами суспільства, сприяють збереженню природи, а також знижують техногенний вплив на навколишнє середовище.

Діяльність перших компаній в сфері екологічно орієнтованого підприємництва була спрямована на утилізацію промислових відходів. Спочатку вони з›явилися в США, пізніше в Японії і Канаді, потім в європейських країнах, де за два десятиліття була створена потужна індустрія збору і переробки відходів з багатомільярдними оборотами.

Екологічно орієнтовані підприємства здійснюють свою фінансово-господарську діяльность з переважаючою часткою інновацій в області екології для отримання максимально можливого прибутку в поєднанні з задоволенням екологічних потреб суспільства. Екологічні інновації слід розглядати в якості нових або модифікованих виробничих продуктів, процесів, технологій, а також системних змін і практичного досвіду які спрямовані на зниження негативного впливу на навколишнє середовище.

Екологічні інновації, це – діяльність, яка виробляє товари та послуги для вимірювання, запобігання, обмеження, мінімізації чи виправлення екологічної шкоди для води, повітря та ґрунту, а також проблем, пов'язаних з відходами, шумом та екосистемами. Сюди входять технології, продукти та послуги, що знижують екологічний ризик та мінімізують забруднення та раціональне використання ресурсів.

Головне призначення екологічно орієнтованих підприємств полягає в тому, що вони формують рамки, які дозволяють згладжувати протиріччя між екологією і економікою, а також поєднувати природоохоронні заходи з процесами виробництва продукції і управління.

Аналізуючи взаємозв'язок екологічно орієнтованої діяльності підприємства і його конкурентоспроможності, Майкл Портер зазначав, що «забруднення навколишнього середовища є формою економічного марнотратства, коли відходи виробництва, шкідливі речовини і ті чи інші форми енергії потрапляють в навколишнє середовище у вигляді забруднення або марнотратного використання ресурсів. Крім того, в результаті таких викидів підприємства несуть додаткові витрати на усунення їх наслідків. Ці витрати позначаються на ціні продукції, нічого не додаючи до її споживчої цінності». Тим самим він доводить, що захист навколишнього середовища і конкурентоспроможність підприємства, нероздільні категорії.

Яскравим прикладом підтримки тренду сталого розвитку міжнародною спільнотою, є рух за відмову багатьох зарубіжних продуктових магазинів і торгівельних мереж від упаковки товарів, відомий під назвою Unpackaged

(незапаковані). Відмова від упаковки, яка є найлютішим ворогом екології і економіки, є прикладом повернення до традиції раціонального господарювання.

Цікаве дослідження провели вчені Університету Сюррей, Гілфорд, Великобританія. У своїй статті «Екологічна грамотність, споживання, створення робочих місць: Практичні результати на базі даних дослідження домогосподарств» (2011 рік), було зазначено, що в порівнянні з 90 -ми роками, в Сполучених Штатах Америки подвоїлося число громадян, які споживають товари з переробленої сировини або спресованих матеріалів, а також збільшилася кількість громадян, які віддають перевагу громадському транспорту замість використання особистого автомобілю.

Аналогічна ситуація спостерігається в Європі. У 2014 році 95% європейців заявили, що захист навколишнього середовища є важливим особисто для них, і більше трьох четвертих респондентів вважають, що екологічні проблеми впливають на їхнє життя. (Євробарометр, 2014 року). Більш того, у 2011 році 84% європейців заявили, що при покупці будь-якого продукту вони враховують вплив цього продукту на навколишнє середовище. Ці дані демонструють зростання на 6% в порівнянні з 2009 роком.

Очевидно, що споживче рішення все більше залежить від рівня екологічної грамотності споживачів. Пояснення досить просте: ті, хто безпосередньо пов›язує погіршення стану навколишнього середовища з виробництвом продукції (екологічно грамотне населення), швидше за все, будуть менше споживати «шкідливі» товари.

Крім того, люди з більш високим рівнем освіти і ті, хто оцінює своє становище як високе, більше турбуються про проблеми навколишнього середовища.

Виділяють декілька різновидів еколого-орієнтованих соціальних підприємств (рис.2.7):



Рисунок 2.7 Різновиди еколого-орієнтованих соціальних підприємств

Між тим, важливо усвідомлювати різницю між підприємствами, що працюють в екологічній сфері та еколого-орієнтованими соціальними підприємствами. Останні, окрім позитивного впливу на навколишнє середовище, неодмінно ставлять перед собою ще й соціальну мету, на досягнення якої спрямовують частину власного прибутку та зусиль.

Наведені нижче прикладів зарубіжних соціальних підприємств і українських, - демонструють як соціальні підприємства розробляють рішення на місцях: вони впливають на обізнаність, змінюють ставлення, змінюють моделі поведінки і споживання, розробляють інноваційні технології і рішення. Завдяки цьому вони сприяють створюванню шляху до політичних рішень і, врешті, переходу до екологічно зрілого і відповідального суспільства.

РОЗДІЛ 3. МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

Це найважливіша з економічної точки зору частина бізнес-плану. Крім переконливого тексту, читачеві треба оцінити цифри, які пропонує підприємець. Саме цифри та розрахунки слугують підтвердженням слів, вони можуть остаточно переконати в доцільності фінансування підприємства чи, навпаки, піддати сумніву реалістичність планів. Зазвичай фінансовий план розробляються на 3-5 років.

Фінансовий план складається з таких підрозділів: Інвестиції; Прогноз продажів; Формування доходів; Статті витрат; Прогнозований фінансовий результат.

Інвестиційний план має відображати загальний об’єм фінансових ресурсів, які потрібні для старту та подальшого фінансування підприємства.

Загальна сума інвестицій повинна формуватися із сукупності різних статей витрат, які, в свою чергу, мають бути обґрунтовані. Серед них можуть бути: ціна закупівлі першої партії товару, витрати на ремонт, оренда, зарплата, зарплата та оренда на перші місяці роботи, та інше.

На етапі запуску бізнесу підприємець ніяк не може забезпечити фінансовий план справжніми показниками, тому потрібно використовувати прогнозування. Про-гнозування, як було сказано раніше, варто робити на основі дослідження ринку та потенційних продажів. Бажано використати три сценарії: базовий, оптимістичний та песимістичний. Це дозволить мінімізувати ризики при різних варіантах розвит-ку подій. Базовий сценарій є найбільш вірогідним, з точки зору авторів бізнес-плану, але також можуть допускатися позитивні та негативні фактори, які вплинуть на діяльність соціального підприємства.

Формування доходів соціального підприємства значно відрізняється від такого для класичного бізнесу. Соціальне підприємництво часто називають «гібридною» формою діяльності, тому що воно може працювати як у прибутковій, так і у неприбутковій сфері.

Витрати для соціального підприємства можуть включати: витрати на закупівлю товару або сировини, витрати на рекламу, оренду, телефон, інтернет, зарплату та інше. Витрати розділяються на постійні (ті, які не залежать від об'єму продажів) та змінні (залежать від об'єму продажів).

Важливою складовою для розрахунків фінансового плану є точка беззбитковості. Вона визначається за формулою:

$$ТБ = ПВ / (Ц — В) \quad (3.1)$$

де ТБ — точка беззбитковості

ЗВ — загальні операційні витрати підприємства

Ц — ціна за одиницю продукції

В — витрати на одиницю продукції

Точка беззбитковості показує скільки потрібно продавати одиниць товару, щоб підприємство окупало само себе. При збільшенні цього показника підприємство буде прибутковим.

Фінансовим результатом є прогнозований прибуток (або збиток для перших місяців роботи). Використовуючи доходи та витрати, можна розрахувати валовий прибуток, а різниця між валовим прибутком та податками буде являти собою чистий прибуток. Показник чистого прибутку, в свою чергу, важливо розрахувати для того, щоб показати окупність підприємства в місяцях для читача бізнес-плану:

$$ПО = ЗСІ / ЧП \quad (3.2)$$

де ПО — період окупності інвестицій

ЗСІ — загальна сума інвестицій

ЧП — чистий прибуток

Досвідчені інвестори можуть піддати сумніву запропоновані у бізнес-плані прогнозовані значення і розрахунки. Проте не надавати прогнозів буде

ще більшою помилкою. Важливо вміти аргументовано подавати цифри, які пропонуються, та вміти доводити думку щодо їх актуальності. Це непросте завдання, і саме тому для написання ефективного бізнес-плану потрібно проводити дослідження ринку, конкурентів та потенційних клієнтів.

Таким чином, фінансовий план як розділ бізнес-плану для соціального підприємства є досить складним. Для написання він потребує чіткості та певних навичок.

В деяких випадках варто звернутися за допомогою професіоналів з фінансів для того, щоб зробити прогнозування та розрахунки правильно.

Бізнес-план вже розкрив сутність бізнесу, його соціальну складову, команду та фінансові показники, але важливо тепер об’єднати все це у реалістичні цілі та завдання.

Ціль — це кінцевий результат діяльності, який ставить перед собою підприємець. Щоб описати головні характеристики цілей, пропонується використовувати принцип SMART. Це абревіатура, яка означає, що цілі мають бути:

Specific (конкретні) — однозначно трактовані та описані, такі, які не дозволять сумніватись.

Measurable (вимірювані) — якщо ціль не можна буде порахувати, то така ціль не заслуговує уваги.

Assignable (призначувані) — ця характеристика вказує на те, що для виконання цілі є конкретна людина чи команда.

Realistic (реалістичні) — обґрунтування того, що заявлених ресурсів вистачить для досягнення поставлених цілей.

Time-related (визначені в часі) — цілі мають бути визначені в часі, що доведе їх реалістичність.

Саме досягнення поставлених цілей буде визначати успіх соціального підприємства. Ціль має мотивувати підприємця та команду робити свою справу. З іншого боку, вона повинна відповідати цінностям та можливостям людей, які задіяні в діяльності соціального підприємства. Знаходження

балансу між мотивуючим ефектом та реалістичністю є серйозним викликом для підприємця.

Запорукою ефективного досягнення поставлених цілей має бути визначеність завдань для їх досягнення. Тобто завдання — це більш короткострокові події, які формують план робіт. Завдання можуть бути поточними та ключовими, також вони можуть об'єднуватись в етапи або фази.

Наприклад, якщо ціль соціального підприємства — це створення школи для дітей з віддалених місць проживання, тоді завданнями для виконання цієї цілі будуть пошук та ремонт будівлі, пошук вчителів та персоналу, пошук фінансування тощо.

SMART, але і обов'язковим елементом бізнес-плану. Як було зазначено вище, бізнес-план має містити прогнозування на 3-5 років вперед, такі самі строки мають бути зазначені з розділі з цілями та завданнями. Чіткий графік виконання етапів створення та функціонування підприємства має відображати розвиток бізнесу в динаміці.

Таким чином, визначення цілей та постановка завдань є подібними елементами бізнес-планів для класичного та соціального підприємництва, але різниця знаходиться в їх особливостях. Головною ціллю соціального підприємства не може бути отримання прибутку, тому її складніше вимірювати та оцінювати, вона може потребувати складніших завдань.

Кожний підприємець розуміє, що бізнес — це в першу чергу ризик та здатність його приймати. Соціальне підприємництво не є винятком, тому що в його основі лежать саме бізнесові підходи до вирішення соціальних проблем [21]. Одним із завдань бізнес плану має бути аналіз ризиків та надання бачення щодо інструментів нейтралізації цих ризиків. Ризики для соціального підприємництва в Україні можна умовно розділити на такі категорії:

1. Законодавчі — стосуються в першу чергу оподаткування та організаційної форми соціального підприємства. Законодавчі ініціативи

можуть нести в собі послаблення податкового навантаження для соціальних підприємств (наприклад, законопроект «Про соціальні підприємства» № 2508 у 2013 р.) або збільшення податкового навантаження. Соціальні підприємства в Україні часто працюють у формі «ГО + ФОП», при цьому ФОП знаходиться на спрощеній системі оподаткування, така форма теж несе в собі певні ризики.

Управління законодавчими ризиками має відповідати на питання про те, що саме робити, якщо законодавча база буде змінюватись у невигідну для соціального підприємства форму.

2. Кадрові — пошук команди є ключовим завданням для будь-якого підприємства. Кадрові ризики можуть існувати як на етапі пошуку команди, так і у випадку, якщо працівники підуть з підприємства. Додавши до цього складність мотивувати людей фінансово на соціальному підприємстві, цей ризик стає досить серйозним. Бажано передбачити різні варіанти розвитку подій з командою та мати запасні варіанти щодо персоналу.

3. Фінансові — якщо підприємство планує залучати фінансові ресурси через фандрейзинг, то цей спосіб є досить непередбачуваним. Додаткові джерела залучення фінансування є скоріше плюсом для соціального бізнесу, але вони несуть і додаткові ризики. Крім того, специфіка соціальних підприємств полягає в тому, що вийти на самоокупність для них часто є досить складним завданням. Потрібно проаналізувати найбільш негативні варіанти щодо фінансування та розробити план дій для таких варіантів.

4. Соціальні — до таких ризиків відносяться, наприклад, зміни суспільної думки або демографічні зміни. Соціальний сектор — це та сфера, де буде працювати підприємство, тому ці ризики є одними з найбільш вагомих для оцінки. Можливо, через деякий час після запуску бізнесу, соціальна проблема вже не буде мати змісту чи, навпаки, стане настільки великою, що силами запланованого підприємства буде нереально створити будь-який ефект.

5. Ринкові — поява нових конкурентів або посилення існуючих може бути значним ризиком для соціального підприємства. Крім того, на ситуацію може сильно вплинути зміна валютного курсу або загальні тенденції ринку, на якому працює підприємство. Не зайвим буде продумати шляхи диференціації ринків збуту та поставок, якщо це можливо.

6. Психологічні — до цих ризиків може відноситися, наприклад, неприйняття торговельної марки серед людей або зміна вподобань щодо товарів чи послуг, які створює підприємство. Соціальне підприємство має бути досить гнучким, щоб використовувати ці зміни на користь та підлаштовувати діяльність у відповідності з сучасними тенденціями та трендами.

7. Сезонні — якщо товар чи послуга, що продає підприємство, має сезонний характер, то зменшення доходів в цей період потрібно передбачити в бізнес-плані. Потрібно розробити план заходів для цієї ситуації, які би включали в себе, наприклад, сезонні знижки або значні скорочення витрат в потрібні періоди.

8. Інші — існують також ризики, які характерні для кожного окремого підприємства. Вони залежать від сфери діяльності та специфіки функціонування бізнесу. Так, поява нових технологічних рішень може зробити багато товарів непотрібними чи неефективними, тому варто звертати увагу на нові розробки та інструменти у сфери діяльності підприємства та передбачувати якомога більше ризиків, які можуть виникнути.

Управління ризиками має відбуватися ще до початку функціонування соціального підприємства, тоді воно може бути ефективними. Крім зовнішніх ризиків, які були представлені у вигляді категорій, окремо потрібно зупинитися на внутрішніх. Недостатній досвід, переоцінка можливостей та нереалістичність поставлених цілей можуть опинитися не меншими проблемами, ніж зовнішні фактори. Бізнес-план має відображати не тільки ентузіазм людей, які започатковують бізнес, але здатність цих людей ефективно робити свою справу.

Щодо методології управління ризиками, то пропонується застосовувати вже існуючі підходи, що передбачені «Project Management: Body of Knowledge (PMBOK)». Це дуже відомий довідник з управління проектами, який широко використовується в бізнесі. Він пропонує наступні чотири етапи управління ризиками:

1. Ідентифікація. Цей етап дозволяє виявити певний набір досі невідомих ризиків, він має кількісне вираження. Він відбувається під час зустрічей та обговорень з командою. Найбільш ефективна ідентифікація ризиків відбувається при застосуванні формату «причина-ризик-ефект».

2. Аналіз. Дозволяє обрати найбільш важливі з ризиків, які потребують більше всього уваги. Він працює за допомогою оцінювання вірогідності та наслідків для кожного з ідентифікованих ризиків. Це можна зробити за допомогою шкали, що, в свою чергу, дасть уявлення про найбільш критичні з ризиків.

3. Планування. Фактичне управління ризиками з вибором стратегії.

Серед існуючих стратегій, пропонується використовувати три: передача наслідків за ризики на третю сторону, прийняття відповідальності за ризики та зменшення ризиків. Крім того, для зменшення ризиків бажано використовувати декілька варіантів дій (основні та додаткові). Цей етап передбачає детальний опис дій, які пропонується робити, виходячи із обраної стратегії.

4. Моніторинг та контроль. Завдання цього етапу — підтримувати бізнес чи проект в актуальному стані. Фактично він являє собою ревізію всього, що відбувається на підприємстві, з метою виявити слабкі місця та вдосконалити процеси управління ризиками.

Всі етапи управління ризиками потрібно постійно вдосконалювати в процесі функціонування підприємства, але перший підхід до управління ризиками бажано зробити ще в процесі бізнес-планування.

Цікавим кейсом для аналізу ризиків є соціальний проект «Water. org» (http://water.org). За допомогою цього проекту люди в країнах Африки

отримують доступні кредити для доступу до питної води. Це соціальне підприємство бореться з проблемами бідності та антисанітарії, але не за допомогою благодійності, а створюючи бізнес-систему, яка дозволить допомогти більшій кількості людей. За допомогою «Water.org» люди можуть отримати автономний доступ до води, що було неможливим завданням в їх умовах.

В діяльності цього підприємства існує велика кількість ризиків, які мають бути враховані. Серед них: невідповідність законодавства через різну географію функціонування підприємства, культурні бар'єри, проблеми передачі інформації та, навіть, глобальні ризики з нестачею води, які в першу чергу відносяться до країн Африки. Тим не менш, підприємство успішно функціонує та розширюється, вдало проходячи всі існуючи ризики.

Незважаючи на чисельність традиційних організаційно-правових форм, які можуть обрати соціальні підприємства, на сьогоднішній день активно ведуться пошуки нових організаційно-правових форм спеціально орієнтованих на соціальне підприємство з метою посилення громадського контролю за їх діяльністю, особливо в питаннях розподілу прибутку, задоволення інтересів стейкхолдерів, надання податкових пільг, державних дотацій, отримання інформації щодо кількості та напрямків діяльності таких підприємств. Так, в останні декілька років у США в окремих штатах було створено ряд спеціальних організаційних форм для соціальних підприємств, а саме: низько прибуткова компанія з обмеженою відповідальністю (Low-Profit Limited Liability Companies (L3Cs)), корпорація, що діє на благо суспільства (Benefit corporations), корпорація гнучкого призначення (Flexible purpose corporations (FPC)), компанія з обмеженою відповідальністю, що діє на благо суспільства (Benefit LLC), корпорація соціального призначення (Social purpose corporation (SP Спеціально створені організаційно-правові форми для СП, хоча і розрізняються по різним країнам, але по суті конкретизують вимоги, які висуваються до соціальних підприємств.

Отже, вибір організаційно-правової форми соціального підприємства багато в чому обумовлений сукупністю суб’єктивних можливостей підприємця і об’єктивною дійсністю. Вірно обрана організаційно-правова форма дає засновникам додаткові інструменти для здійснення своїх планів з розвитку та захисту свого бізнесу.

ВИСНОВКИ

Таким чином, реалізація соціально-екологічних заходів дозволить розширити можливості розвитку підприємства, а також отримати певні переваги. Розвиток підприємства як соціально-екологічної системи може мати відчутну користь для вітчизняних підприємств.

Соціально-екологічна спрямованість може допомогти підприємству підвищити ефективність та мінімізувати використання ресурсів, тим самим зменшуючи витрати, допомагаючи забезпечити дотримання нормативних вимог, заохочувати залучення працівників та покращити відносини зі споживачами та державою. Це обумовлює результативність проведеного аналізу та відкриває можливості подальших досліджень питань розробки і реалізації стратегії розвитку підприємства як соціально-екологічної системи.

Соціальне підприємництво – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємництва спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи на вирішення гострих суспільних проблем. Соціальне підприємництво - це система господарювання, складовими якої є соціальні підприємства. Соціальні підприємства - це соціально орієнтовані суб`єкти підприємництва, діяльність яких спрямована на досягнення добробуту територіальних громад (соціальні, екологічні та етичні цілі) шляхом використання системного взаємозв`язку розвитку соціального підприємництва і розвитку місцевої економіки.

Складовими компонентами соціального підприємництва є соціальні підприємства, власниками або співзасновниками, яких є недержавні неприбуткові громадські організації, 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.

Соціальне підприємництво має позитивний ефекти від діяльності, це:

1) сприяння працевлаштуванню людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями та безробітних;

2) пропонування нових шляхів для реформування державних соціальних послуг;

3) підтримка залучення громадян до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем;

4) розширення видів соціальних послуг, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу у зв'язку з малоприбутковістю,непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки;

5) ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем;

6) зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем (актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів);

7) сприяють формуванню сприятливого конкурентного середовища. Кінцева мета соціального підприємництва – не отримання прибутку, а виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми.

Соціальне підприємництво − це діяльність, яка має три орієнтири: соціальний, ринковий та інноваційний . Підприємницька діяльність з соціальним ухилом має великий потенціал у всьому світі так і в Україні. Ця діяльність може сприяти появі нового типу підприємців – людей, що перетворюють дійсність, творять, пропонують нові підходи у вирішенні соціальних проблем. В Україні не існує законодавчо затверджених понять «соціальне підприємництво», «соціальне підприємство», «підприємства соціальної економіки». Таким чином можна зробити висновок, що офіційно соціальних підприємств і соціального підприємництва в Україні немає. Однак у різних нормативно-правових джерелах існують положення, що дозволяють створювати підприємства, які за міжнародними стандартами можуть бути класифіковані як соціальні.

Підкреслюючи актуальність проблеми становлення та розвитку соціального підприємництва в Україні, можна зробити такі узагальнюючі висновки.

По-перше, для створення сприятливих умов розвитку соціального підприємництва в Україні необхідно юридичне визнання різних організаційно-правових форм соціальних підприємств.

По-друге, соціальні підприємства повинні бути достатньо гнучкими, що обумовлено наявністю жорстких законодавчих меж, перешкоджаючих їх розвитку.

По-третє, статутні цілі соціальних підприємств повинні передбачати виробництво товарів або надання послуг суспільного характеру.

По-четверте, Уряд повинен подбати про встановлення податкових пільг для соціальних підприємств, що, у свою чергу, зменшить непрямі податки у випадках, коли дохід недостатній для підтримки соціальної діяльності, а також про надання субсидій для розвитку соціальних підприємств за допомогою зменшення податку на отримані дотації і споживчі витрати.

По-п’яте, участь соціальних підприємств у конкурсах на виконання державних замовлень, що забезпечить розвиток конкурентних умов у сфері соціального підприємництва.

Оцінювання результатів діяльності соціального підприємництва проводиться через оцінку економічних та соціальних результатів діяльності. В нашій роботі ми запропонували введення до методики оцінки й екологічні результати діяльності соціального підприємництва, адже на сьогоднішній день можливість оцінити позитивні екологічні зміни в містах, регіонах тощо є дуже важливим для прогнозування та моделювання ситуації щодо сталого розвитку територій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Активні громадяни. Глобальні зв'язки, локальні дії – Посібник фасилітатора [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/tes/default/files/ac_toolkit_19th_

2. Банк проблем та моделей соціальних підприємств для їх вирішення. Аналітичний звіт [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/bank-problem-ta-modeleysotsial-nykh-pidpryiemstv-dlia-ikh-vyrishennia-analitychnyy-zvit

3. Босак І. Соціальне підприємництво: основні ознаки і особливості розвитку // економічні науки/ НАУКОВІ ЗАПИСКИ / SCIENTIFIC PAPERS * 2017 / 1 (54)

4. Васюта, О. А. Екологічна політика та економічні важелі її вирішення / О. А. Васюта, О. С. Васюта // Науковий вісник. – Львів, 2004. – Вип. 14.7. – С. 174–189.

5. Вишиванюк, М. В. Формування екологічних механізмів стратегічного державного управління розвитком регіонів / М. В. Вишиванюк // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2010. – № 9. – Режим доступу : http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=471.

6. Гусак Н. Кращий досвід та сучасні тренди розвитку соціального підприємництва: Україна (результати дослідження) // Школа соціальної роботи НаУКМА. – 2016. – 35 с.

7. Дакус, А. В. Економічний розвиток підприємства: сутність та визначення [Електронний ресурс] / А. В. Дакус, Н. О. Сімченко. – Режим доступу : http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-3.pdf.

8. Данилевич, Н. М. Система екологічного менеджменту і аудиту на підприємстві: інформаційний аспект / Н. М. Данилевич, М. Я. Яструбський // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2014. – № 797. – С. 363–372.

9. Демченко, Н. В. Екологічний менеджмент в системі управління підприємством [Електронний ресурс] / Н. В. Демченко, В. П. Мяснікова. – Режим доступу : http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/8542/1/53-55.pdf.

10. Демяненко, К. А. Сутність екологічного менеджменту та конкурентоспроможності підприємства / К. А. Демяненко // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету "Економічна думка" 2015. – Том 19. – № 3. – С. 114–121.

11. Каталог соціальних підприємств України 2016–2017 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/katalohsotsial-nykh-pidpryiemstv-ukrainy-2016-2017-rr/

12. Каменко І., Виговська-Каменко Т. Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби. URL: https://biz.liga-zakon.net/interview/ 205014_sotsalne-pdprim-nitstvo-yakvdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi

13. Кифяк В., Малиш Л. Соціальне підприємництво: проблеми та перспективи. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 275–280.

14. Косович Б. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання становлення. Економіка та держава. 2020. № 3. С. 77–81.

15. Кравченко М.С., Погорелов В.М. Екологічне підприємництво в Україні: сутність поняття, сучасний розвиток і перспективи цього виду діяльності в країні // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності №16, 2017

16. Корольова, А. О. Екологічна та ресурсна складова сталого розвитку підприємств України / А. О. Корольова, В. О. Іванченко // Наукові записки: зб. наук. пр. – Кіровоград : КНТУ, 2015. – Вип. 17. – С. 47–50.

17. Кулиняк, І. Я. Напрями розвитку підприємства в умовах динамічного середовища / І. Я. Кулиняк, Л. Р. Прийма, О. Г. Шпак // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – Вип. 3 (37). – С. 55–58.

18. Екосистема соціального підприємництва в Україні: виклики та можливості // ПАКТ. Київ (Україна) – Вашингтон (США), 2018. 38 с.

19. Лункіна Т., Іваненко Г. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. Modern Economics. 2019. № 1(5). С. 142–147.

20. Мазоренко, О. В. Формування інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / О. В. Мазоренко. – Харків, 2014. – 20 с.

21. Мартиненко, В. О. Екологічний менеджмент як новий ефективний метод управління виробництвом / О. В. Мартиненко // Актуальні проблеми державного управління. – 2009. – № 2. – С. 181–185.

22. Потенціал і розвиток підприємства : навчальний посібник / А. Л. Сабадирьова, О. М. Бабій, Т. В. Куклінова та ін. Одеса : ОНЕУ, 2013. 343 с.

23. Писаренко Т. В., Куранда Т. К., Кваша Т. К. та ін. (2021). Стан науково-інноваційної діяльності в Україні у 2020 році: науково-аналітична записка. К.: УкрІНТЕІ [online]. Доступно: https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/2021/06/23/AZ.nauka.innovatsiyi.2020-29.06.2021.pdf.

24.Соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу: визначення, критерії та регулювання / Корнецький А., Нагаївська Д. – Причорноморські економічні студії, 2016. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/46.pdf

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

ресурс] – Режим доступу: http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialnepidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf

26. Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу/ за наук. редакцією к.е.н. А.О. Корнецького – К.: Фамільна друкарня Huss, 2019. – 160с.

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

28. Садеков, А. А. Механизмы эколого-экономического управления предприятием : монография / А. А. Садеков. Донецк : ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2002. 311 с.

29. Федунь, Ю. Б. Шляхи забезпечення сталого еколого економічного розвитку України / Ю. Б. Федунь // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2009. – № 657 – С. 525–529.

30. Формування спроможних територіальних громад. Практичний посібник/ Пітцик М., Слобожан О., Рабошук Я., Чепель О.// [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.auc.org.ua/sites/default/files/library/posibnyk. tergrweb.pdf

31. Чуйко О.В. Розвивальний потенціал соціального підприємництва як технології соціальної роботи /Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції Розвивальний потенціал сучасної соціальної роботи: методологія та технології (15 – 16 березня 2018 року, Київ) / за ред. Ю.М. Швалба. – Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2018. – С.258-260.

32. Чумак, Л. Ф. Сучасні тенденції розвитку підприємств [Електронний ресурс] / Л. Ф. Чумак // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – Режим доступу : http://vestnikdnu.com.ua/archive/201264/chumak.html.

33. Флюнт С. Соціальне підприємництво – для громад, а не заради ґешефту. Український інтерес. 2019. 09 лютого. URL:

https://uain.press/economics/sotsialnepidpryyemnytstvo-dlya-gromad-a-nezarady-gesheftu-995319

34.Чабарай Г. Підприємці й суперсила. Як в Україні розвивається соціальний бізнес. Тиждень.ua. 2018. 16 січня. URL: https://tyzhden.ua/Economics/207751

35. Successful Practices of Environmental Management Systems in Small and Medium-Size Enterprises: A North American Perspective [Electronic resource] // Commission for Environmental Cooperation. – Accessed mode : http://www3.cec.org/islandora/en/item/2273-successful-practices-environmental-management-systems-in-small-and-medium-size-en.pdf.

36. Odrekhivskyy M., Kohut U., Horbal N. (2019) Research of ecosystems and problems of environmental innovation systems design. Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension: collective monograph. VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia: VUZF Publishing House “St. Grigorii Bogoslov”, 3, 355, 152–164.

37. Odrekhivskyy M., Kohut U., Kochan R., Jancarczyk D and Gryga V. 2019. Problems of evaluation and Forecasting of the Biosystems states. 19th International multidisciplinary scientific Geoconference SGEM 2019. Nano, Bio, Green and Space: Technologies for Sustainable Future, Albena, Bulgaria, 19, 6.1, 859-865.

38. Odrekhivskyi M., Kohut U., Kostyuk U. (2021). Intelligent management system for ecological innovative enterprises. CEUR Workshop Proceedings. Vol. 2870: Proceedings of the 5th International conference on computational linguistics and intelligent systems (COLINS 2021), Lviv, Ukraine, April 22–23, 2021. Vol. I: main conference, 1527–1539.

39. Верховна Рада України. URL: http://portal.rada.gov.ua.

40. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

41. Компанія «Ashoka».URL: http://www.ashoka.org.

42. Міжнародна організація праці. URL: http://www.ilo.org.

43. Міністерство соціальної політики України. URL: http://www.mlsp.gov.ua.

44. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua.

45. Соціальне підприємництво в Україні. URL: https://socialbusiness.in.ua/.

46. Український форум благодійників. URL: https://ufb.org.ua/.

47. Урядовий портал. URL: http://www.kmu.gov.ua.

48. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». URL: http://csr-ukraine.org/.

49.Інформаційна база даних емітентів, що розміщували в Загальнодоступній інформаційній базі даних НКЦПФР про ринок цінних паперів звітність. URL: https://smida.gov.ua/db/emitent.