

кожному з трьох рівнів системи та ЛПР одержують оцінку ефективності прийнятих рішень.

Отриманий алгоритм виступає у ролі механізму під час побудови функціональної структури СППР бюджетування. Надалі необхідно подати оптимальні рішення трирівневої системи управління, отримані при чисельному дослідженні розроблених алгоритмів автоматизованої системи управління при дослідній експлуатації.

Висновки. Наукова новизна полягає у запропонованому підході до управління процесом бюджетування, який має універсальний характер та може бути застосований для будь-якого підприємства групи «А», що функціонує в умовах сучасних нестационарних процесів економіки.

Рекомендації, вироблені системою, дозволяють керівництву в оперативному режимі у разі нових чи відмов від вже зроблених замовлень приймати рішення з управління підприємством, щоб забезпечити виконання позицій портфеля замовлень із мінімальним сальдо наприкінці планового періоду.

#### **Література:**

1. Терещук І. В. Задачі бюджетування в управлінні фінансовою діяльністю підприємства. *Системний аналіз, управління та інформаційні технології*. Харків: НТУ «ХП», 2013. Вип. 2 (976). С. 149-158.
2. Терещук І. В. Логіко-формальні моделі бюджетування на верхньому рівні керування. *Системи обробки інформації*. Харків: ХУПС, 2013. Вип. 7(114). С. 148-151.
3. Терещук І. В. Динамічний прогноз ухвалення рішень при управлінні бюджетом підприємства. *Інформаційні системи та технології: Матеріали 2-ї Міжнародної науково-технічної конференції*. Харків: НТМТ, 2013. С. 131-133.

## **СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: СУТНІСТЬ ТА ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ**

ЧЖАН ЦУН, аспірант

*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, Україна*

Соціальне підприємництво виникло порівняно недавно, його становлення почалося після кризи 20-30-х рр., коли зросла необхідність стабілізації економіки ряду держав Європи та США шляхом зниження розміру федерального уряду та скорочення його бюджету. Відповідальність за багато соціальних послуг тим самим була перекладена на регіони, при цьому численні НКО втратили своє головне джерело фінансування, і в умовах попиту, що зріс, на їх послуги виявилися змушені шукати заробіток. Це призвело до створення нестандартних організацій – соціальних підприємств.

Відправною точкою став небажаний соціальний порядок, що утворився, коли стійкі проблеми «соціального порядку», такі як застійне безробіття, соціальна виключність інвалідів, екологічні проблеми, не знаходять рішення ні в

приватному секторі, ні в державних структурах. Розглянемо основні етапи його становлення.

Етап 1. На початку XIX ст. перші організації, що перетворюють соціальне життя, знаходилися серед церков і пов'язаних з ними груп, фермерських організацій, торгових асоціацій, професійних товариств, громадських організацій, а також всіляких клубів, які мали слабкий вплив на загальний економічний розвиток.

Етап 2. Кінець XIX – до 20-30-х років. XX ст. Початок економічної кооперації та звернення до питань соціалізації економіки. Організації мають індивідуальний характер. Самі засновники здійснюють управління з метою вирішення своїх соціальних проблем.

Етап 3. 30-ті – 80-ті рр. XX ст. Відзначається загальним усвідомленням суспільних вад існуючих систем. Розвитком ДПП та появою сучасних соціальних організацій на базі місцевих спільнот.

Першою знаковою особистістю, яка пропагує ідеї соціального підприємництва на рівні держави, можна вважати Майкла Янга. У 1954 році він створив Інститут вивчення співтовариств, основною метою якого була підтримка соціальних організацій та соціальних ініціатив. Ще одним відомим дослідником даної проблематики є родоначальник теорії соціальної відповідальності бізнесу, лауреат Нобелівської премії миру Мухаммад Юнус. 1976 року в Бангладеш він заснував Grameen Bank, який надавав мікрокредити бідним громадянам для досягнення економічної самодостатності через самозайнятність. Ця модель надалі була впроваджена у 58 країнах світу.

Етап 4. З 80-х років. XX ст. Характеризується зростанням некомерційних організацій, виникненням нового третього сектора економіки – цивільного, юридичним закріпленням діяльності соціальних підприємців.

Соціальне підприємництво – порівняно новий вид підприємницької діяльності. Від комерційної діяльності воно відрізняється орієнтацією на соціальні зміни і вирішенням конкретної соціальної проблеми, більшість прибутку прямує в розвитку підприємства, від некомерційної – бізнес-комерційним характером своєї діяльності.

До основних характеристик соціальних підприємств можна віднести наступні. По-перше, соціальне підприємництво може здійснюватися комерційними та НКО. По-друге, це економічна діяльність, яка генерує більшу частину своїх доходів за рахунок продажу власних товарів та послуг. По-третє, мета діяльності підприємства – це вирішення чи пом'якшення соціальних та екологічних проблем. По-четверте, для досягнення цих цілей підприємство реінвестує більшу частину свого прибутку назад у своє підприємство або на підтримку громадських ініціатив та організацій. Крім того, для такого підприємства характерна прозорість операцій та звітність щодо впливу наданого соціального ефекту.

Соціальне підприємництвом можна визначити як економічну діяльність, ініційовану для вирішення соціальної або екологічної проблеми, що характеризується фінансовою життєздатністю, реінвестицією коштів, використанням незатребуваних раніше ресурсів, переслідує зміни у житті суспільства.

## **ЗМІНИ У ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОЧІКУВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Т. С. ГАЛЮК, магістр з менеджменту та адміністрування,  
*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,  
м. Івано-Франківськ, Україна*

Війна стала викликом для України, для її народу, для політичної та економічної систем держави.

Природно, що бізнес відчув на собі усі результати невизначеності сьогоденної ситуації. Не всі підприємства втримались на плаву. Багато згорнули діяльність. Однак, велика частина бізнес-структур продовжують роботу, адаптуючись до ситуації.

Результати опитування МСБ у рамках Unlimit Ukraine ЕВА демонструють наступне [1]:

- 13 % компаній повноцінно ведуть бізнес;
- 42 % - перебувають у «замороженому» стані;
- 13 % - перемістили свою роботу в інтернет-простір;
- 14 % - обмежили географічну розповсюдженість діяльності;
- 31 % - перебувають «на паузі», очікують слушних часів для відновлення діяльності;
- 4 % - припинили бізнес повністю без очікування на відновлення.

Близько 19 % підприємств здійснили релокацію [2]. З них:

- продовжують працювати в Україні - 10,4 % ;
- працюють переважно в Україні – 3,8 %;
- працюють переважно за кордоном – 0,5 %;
- працюють повністю за кордоном – 0,6 %.

Дослідження, проведене Європейською Бізнес Асоціацією, дозволило виділити основні виклики, які стоять сьогодні перед бізнесом. Основними з них є наступні [1]:

- більша частина ВВП забезпечувалась містами, які сьогодні звать «гарячими точками» - Харковом, Києвом, Миколаєвом, Маріуполем. Військова ситуація не дозволяє проводити бізнес належним чином - зберігається загроза життю, інфраструктура знищена або пошкоджена, проблеми з електрикою та зв'язком;

- неналежна робота логістики, що є результатом закриття портів, завантаженості прикордонних пунктів, доріг тощо;

- наслідком вимушеної евакуації людей є витрати часу на облаштування на новому місці, щоб у безпечних умовах продовжити роботу;