

УДК 316.334.23 : 316.46 : 331.104

[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-1\(15\)-72-84](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-1(15)-72-84)

Чернега Інна Іванівна доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Уманський національний університет садівництва, вул. Інституцька, 1, м. Умань, 20300, тел.: (097) 927-91-09, <https://orcid.org/0000-0001-5573-8617>

Фротер Оксана Сергіївна кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки, Уманський національний університет садівництва, вул. Інституцька, 1, м. Умань, 20300, тел.: (096)704-45-98, <https://orcid.org/0000-0002-6770-9618>

Бондаренко Наталія Вікторівна кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Уманський національний університет садівництва, вул. Глібка, 17, м. Умань, 20300, тел.: (096) 388-92-10, <https://orcid.org/0000-0001-5603-8356>.

Бленда Наталія Олександрівна доктор філософії з економіки, викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Уманський національний університет садівництва, вул. Інституцька, 1, м. Умань, 20300, тел.: (067) 733-19-69, <https://orcid.org/0000-0001-7991-4910>

Бурляй Олександр Леонідович кандидат економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Уманський національний університет садівництва, вул. Інститутська, 1, м. Умань, 20300, тел.: (099) 343-58-21, <https://orcid.org/0000-0002-3654-0602>.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЛІДЕРСТВО В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИМИ ВІДНОСИНАМИ

Анотація. На даному етапі економічного розвитку нашої країни соціальне підприємництво стає однією з найважливіших та найактуальніших тем. Значну увагу варто зосередити саме на розвитку соціальних підприємств, оскільки вони, як показала практика, успішно можуть поєднувати одночасно прибуткову діяльність підприємства з вирішенням соціальних проблем.

Соціальне підприємництво динамічно розвивається в європейських країнах, вирішуючи проблеми безробіття, соціального захисту, громадського залучення тощо. Головна місія соціального підприємництва це – приносити користь суспільству. У наш час соціальне підприємництво в багатьох країнах

світу вже не є винятком, адже це активна соціально-економічна діяльність зі своєю ідеологією, місією і визначеннями.

Міжнародний і вітчизняний досвід свідчить, що у розв'язанні соціальних проблем немає кращої альтернативи, ніж підприємницькі підходи, оскільки такий вид бізнесу має подвійний ефект: прибуток підвищує якість життя людей і забезпечує життєздатність організацій через зменшення їхньої потреби в постійній фінансовій допомозі. Соціальне підприємство відрізняється від інших підприємств тим, що для нього соціальний ефект є прямим цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності. Це означає, що соціальні цілі повинні бути закріплені у статуті організації або в інших документах, які приймаються засновниками і є обов'язковими до виконання. Інша суттєва відмінність соціального підприємництва від звичайного бізнесу – це розподіл прибутку. Цей критерій є продовженням попередньої ознаки, бо вказує, яким чином розподіляють прибуток від комерційної діяльності залежно від соціальних цілей.

Значну роль у ефективному функціонуванні підприємств, зокрема соціальних, відіграє лідерство. Лідерство являє собою мистецтво вибору оптимального стилю управління та врахування ситуацій. Лідерська поведінка завжди має бути направлена на якісне та ефективне виконання працівниками своїх посадових обов'язків та досягнення колективу.

Одним із пріоритетних завдань лідера як керівника в процесі управління соціально-трудовими відносинами є захист інтересів трудового колективу перед вищими керівниками й іншими структурними підрозділами. За умови неспроможності керівника захистити інтереси його підлеглих працівників, в колективі буде мати місце невдоволеність та роздратованість виконавців, зниження у них мотивації до праці, неефективне виконання посадових обов'язків. Тому від лідера як керівника трудового колективу залежить результативність роботи всього колективу, оскільки він не лише приймає рішення, а й несе відповідальність за робочий мікроклімат та атмосферу в трудовому колективі.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, лідерство, лідер, керівник, соціально-трудові відносини, управління соціально-трудовими відносинами, трудовий колектив, соціальний бізнес.

Cherneh Inna Ivanivna Doctor of Economics, Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Uman National University of Horticulture, Institutska St., 1, Uman, 20300, tel.: (097) 927-91-09, <https://orcid.org/0000-0001-5573-8617>

Froter Oksana Serhiivna Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer of the Department of Economics, Uman National University of Horticulture, Institutska St., 1, Uman, 20300, tel.: (096)704-45-98, <https://orcid.org/0000-0002-6770-9618>

Bondarenko Nataliia Viktorivna Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, Uman National University of Horticulture, Hlibka St., 17, Uman, 20300, tel.: (096) 388-92-10, <https://orcid.org/0000-0001-5603-8356>

Blenda Natalia Oleksandrivna Doctor of Philosophy in Economics, Lecturer of the Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Uman National University of Horticulture, Institutaska St., 1, Uman, 20300, tel.: (067) 733-19-69, <https://orcid.org/0000-0001-7991-4910>

Burliai Oleksandr Leonidovych Candidate of Economic Sciences, Professor of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Uman National University of Horticulture, Institutaska St., 1, Uman, 20300, tel.: (099)3435821, <https://orcid.org/0000-0002-3654-0602>.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND LEADERSHIP IN THE PROCESS OF MANAGING SOCIAL AND LABOR RELATIONS

Abstract. At this stage of the economic development of our country, social entrepreneurship is becoming one of the most important and relevant topics. Considerable attention should be focused precisely on the development of social enterprises, since, as practice has shown, they can successfully combine the profitable activity of the enterprise with the solution of social problems at the same time.

Social entrepreneurship is developing dynamically in European countries, solving the problems of unemployment, social protection, public involvement, etc. The main mission of social entrepreneurship is to benefit society. Nowadays, social entrepreneurship in many countries of the world is no longer an exception, because it is an active socio-economic activity with its own ideology, mission and definitions.

International and domestic experience shows that in solving social problems there is no better alternative than entrepreneurial approaches, since this type of business has a double effect: profit increases the quality of life of people and ensures the viability of organizations by reducing their need for constant financial assistance. A social enterprise differs from other enterprises in that for it the social effect is a direct purposeful result, and not a by-product of activity. This means that the social goals must be fixed in the organization's charter or in other documents that are accepted by the founders and are binding. Another significant difference between social entrepreneurship and ordinary business is the distribution of profits. This criterion is a continuation of the previous characteristic, because it indicates how profit from commercial activity is distributed depending on social goals.

Leadership plays a significant role in the effective functioning of enterprises, in particular social enterprises. Leadership is the art of choosing the optimal management style and considering situations. Leadership behavior should always be aimed at the high-quality and efficient performance by employees of their duties and the achievement of the team.

One of the priority tasks of a leader as a manager in the process of managing social and labor relations is to protect the interests of the labor team before senior managers and other structural divisions. If the manager is unable to protect the interests of his subordinates, there will be dissatisfaction and irritation of the performers in the team, a decrease in their motivation to work, ineffective performance of official duties. Therefore, the effectiveness of the work of the entire team depends on the leader as the head of the work team, since he not only makes decisions, but also bears responsibility for the working microclimate and atmosphere in the work team.

Keywords: social entrepreneurship, social enterprise, leadership, leader, manager, social and labor relations, management of social and labor relations, labor team, social business.

Постановка проблеми. Розвиток соціального підприємництва в Україні привернув увагу та почав набувати підтримки міжнародної спільноти на початку 2000-х рр. З 2015 р. соціальне підприємництво в Україні стало розвиватися активніше, як вимушена реакція суспільства на нові виклики, пов'язані з конфліктом на Сході та погіршенням соціально-економічної ситуації. Спостерігається зростання кількості реально діючих соціальних підприємств, що демонструє динаміка кількості соціальних підприємств.

Соціальні підприємства створюються заради вирішення проблем безробіття, соціального захисту та інтеграції вразливих груп населення в суспільство. Проте в нашій країні досі нема єдиного чіткого визначення соціального підприємництва, ні в законодавчій – ні в професійній сфері. Наприклад, Каталог соціальних підприємств визначає соціальне підприємство як організацію (незалежно від організаційно-правової форми), яка вирішує соціальні та/або екологічні проблеми.

Слід зазначити, що такої організаційно-правової форми, як «соціальне підприємство», в українському законодавстві не існує. Чинне українське законодавство містить низку нормативно-правових документів, які частково регулюють діяльність соціального підприємництва. Стаття 62 Господарського кодексу України, ст. 16 Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації в Україні», ст. 21 Закону України «Про громадські об'єднання», закони України «Про кооперацію» та «Про сільськогосподарську кооперацію», ст. 14 Закону України «Про основи соціальної захищеності людей з інвалідністю в Україні» надають певні можливості розвитку

соціального підприємництва, найважливіші серед яких – це широкий спектр організаційно-правових форм, які можна обрати для власної господарської діяльності, спрощена процедура реєстрації підприємств незалежно від статусу, можливість розвивати соціальне підприємство на базі громадських об'єднань та благодійних організацій, дієвий механізм підтримки підприємств, створених громадськими організаціями для людей з інвалідністю. Проте все ще існує низка невирішених питань, зокрема можливості пільгового оподаткування, ризик втратити ознаку неприбутковості тощо. Вже було кілька спроб внесення законопроектів до Верховної Ради України, які мали визначити статус «соціального підприємства» і надати певні преференції такому виду бізнесу. Усі спроби були невдалими, оскільки їх не підтримали парламентські комітети через низку зауважень до основних положень законопроектів. Через стереотипи та нерозуміння соціальні підприємці не отримують необхідного суспільного визнання або підтримки з боку держави, наприклад, у вигляді податкових пільг. Соціальний бізнес розглядається як благодійність і модель інклюзії, що функціонує здебільшого для осіб з особливими потребами [44, 85, 127, 159].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Неспроможність ринку та уряду вирішити економічні проблеми сприяє виникненню й розвитку соціального підприємництва. Соціальне підприємство в останні роки стало модною конструкцією. Це підтверджено успіхами в різних сферах (охорона здоров'я, освіта, фінанси, культура тощо). Ця концепція стає все більш очевидною на комерційних ринках, в академічних дискурсах та під час формування політики. Створюючи різноманітні способи поєднання ресурсів, форм обміну та взаємодії між людьми, соціальні підприємства є центром соціальних інновацій, вони є важливими для нашого суспільства [1].

Дослідженням питань соціального підприємництва присвячували багато вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: Альтер К., Березяк І., Бленда Н., Долуда Л., Кірсанова Ю., Кокоть В., Коротєєв М., Назарук В., Смаль В., Vaugous A., Sud M., Sustainable A., VanSandt C.

Чимало вітчизняних та зарубіжних науковців присвятили себе дослідженню питань управління трудовими ресурсами, трудового потенціалу, лідерства, удосконаленню організації виробництва. Так, до числа таких науковців ми можемо віднести Дранник В. А., Зборовську О. П., Кондратьєву В. П., Носирєву Г. А., Пономарьову М. С., Прохоренко Т. Г., Сергєєву Л. М., Хромей М. Я., Janinks D.

Мета статті – дослідження розвитку і концепції соціального підприємництва та ролі лідерства в процесі управління соціально-трудовими відносинами; визначення ключових критеріїв належності організації до кластера соціальних підприємств та окреслення стратегічних цілей

соціального підприємництва; визначення та аналіз ключових аспектів мотивації створення соціальних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Концепцію соціального підприємництва можна зрозуміти краще, ознайомившись з трьома основними підходами до її визначення. Перший підхід проявляє себе в країнах Північної і Південної Америки, де соціальним підприємництвом називають підприємницьку діяльність неприбуткових недержавних організацій, прибуток від діяльності яких використовують на реалізацію соціальних проблем, надання послуг цільовій групі, за ради якої створювалася організація та поліпшення якості життя цільової групи. Другий підхід до визначення соціального підприємництва розповсюджений у країнах Європи, де соціальне підприємництво визначається більше як підприємництво або бізнес з соціальною місією, а на перше місце виходить соціальний ефект від підприємницької діяльності, і вже потім її фінансова ефективність. Третє визначення соціального підприємництва впливає і з специфіки діяльності міжнародних приватних і суспільних фондів. Вони тлумачать соціальне підприємництво як інноваційну підприємницьку діяльність заради поліпшення становища громади і відновлення соціальної справедливості. Важливіше в цій концепції – це роль соціального підприємця, що є лідером, новатором і рушійною силою соціальних перетворень у громаді [2].

Ключовими критеріями належності організації до кластера соціальних підприємств є:

- працевлаштування вразливих груп населення (таких як ветерани АТО, ВПО, особи з інвалідністю та ін.);
- прибуток від діяльності повністю або частково спрямовується на підтримання статутної діяльності ГО, БО чи БФ;
- прибуток повністю або частково витрачається на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення.

Ці критерії є зрозумілими для соціальних підприємців, які розпочинали свій розвиток із благодійної чи громадської діяльності, та відповідають мотивам більшості з них щодо провадження цієї діяльності. Соціальні підприємці зазначають, що саме їхні цінності і бажання зробити суспільство кращим, життєвий досвід вирішення власних та суспільних проблем, необхідність самореалізації в соціальній сфері підштовхують їх до створення та розвитку соціальних підприємств. Але такий підхід і таке визначення значно обмежені лише соціальною складовою.

В Україні часто плутають соціальне підприємництво з корпоративною соціальною відповідальністю. Насправді це два різні явища: основною метою соціально-відповідального бізнесу є створення продукту чи послуги та отримання прибутку, при цьому соціальний ефект є додатковим аспектом,

доцільність якого визначається рішенням керівництва, тоді як для соціального підприємства соціальний ефект – це його сутність і обов'язкова складова [3].

Таким чином, на основі вище зазначеного під соціальним підприємництвом пропонуємо розуміти інноваційну соціально-економічну діяльність суб'єктів аграрного сектору, спрямовану на отримання соціального ефекту шляхом реінвестиції доходу в підприємство на вирішення соціальних проблем для забезпечення соціальної та економічної стабільності території.

Ставши новою парадигмою, соціальне підприємство активізувало громадські організації й соціальні ініціативи, оскільки це унікальний інструмент для тих підприємств, які бажають зменшити свою залежність від донорів або взагалі відійти від такого типу фінансування.

Серед основних можливостей, що мотивують створювати соціальний бізнес в аграрному секторі України, виділяють такі:

1. Можливість обирати організаційно-правову форму функціонування. Звичайно, відсутність закону, який би регулював соціальне підприємство – це проблема і можливість одночасно. Оскільки в Україні соціальне підприємство не є окремою сферою законодавчого регулювання, соціальний бізнес має змогу обирати найбільш оптимальну організаційно-правову форму з погляду бізнес-моделі й особливостей оподаткування: ТзОВ, ФОП, ГО, приватне підприємство, підприємство громадського об'єднання, соціальний кооператив тощо.

2. Наявність ресурсів, які не задіяні традиційним бізнесом, але є важливими з погляду інноваційності і привабливості для інвесторів та грантодавців, зокрема: людський ресурс – люди з інвалідністю, ВПО, національні меншини, люди похилого віку, молодь, люди із залежностями, колишні ув'язнені, багатодітні матері, ВІЛ-інфіковані та інші представники уразливих категорій населення; споруди у власності громади. Йдеться, наприклад, про ревіталізацію старих покинутих будівель як майданчиків для працевлаштування представників уразливих груп населення та спрямування отриманих прибутків на вирішення місцевих проблем.

3. Зростання лояльності споживачів до продукції і послуг соціального бізнесу. За наявності двох товарів однакової якості лояльні споживачі схильні надавати перевагу продуктам від соціальних підприємств. Для споживача якість товарів та послуг залишається визначальною, але додатковий соціальний зміст стає конкурентною перевагою для понад 50 % споживачів. Культура споживання і поведінка споживачів змінюються. Крім ціни товару і послуги, до уваги все частіше беруть наявність соціальної або екологічної складової. Відчуття причетності до корисної справи у досить простий спосіб стає вагомим аргументом на користь соціального підприємства, особливо на тлі підтримки національного товаровиробника. Дослідження компанії Nielsen

також демонструє, що майже 50 % споживачів у світі готові платити більше за товари та послуги соціально-відповідальних підприємств. Додатково про зростання лояльності споживачів до продукції і послуг соціального бізнесу свідчать результати останньої аналітики MNI Targeted Media: 56 % споживачів, вважають себе соціально свідомими, і понад 50 % з них віддають перевагу при здійсненні покупки брендам із соціальною складовою. Водночас це накладає на соціального підприємця і додаткову відповідальність: при позиціонуванні бізнесу як суспільно корисного для стимулювання купівельної спроможності потрібно виправдати довіру споживача. Адже, крім якості, очікування прозорості від соціального підприємства набагато вищі, ніж від традиційних бізнесів. Тому важливо вибудувати якісну комунікацію з клієнтами, щоб вони розуміли власний вплив на ефективність соціального бізнесу і його результат [4].

4. Підтримка соціального підприємництва міжнародними фондами та організаціями. Серед ключових інвесторів, які різними інструментами підтримують соціальних підприємців, варто згадати: фонд WNISEF, програми Посольства США в Україні (U.S. Embassy in Ukraine), Європейський банк реконструкції та розвитку (EBRD), Програму розвитку ООН в Україні (UNDP Ukraine), Координатора проектів ОБСЄ в Україні (OSCE Project Co-ordinator in Ukraine), Міжнародну організацію з міграції (IOM), Проект ПРОМІС (PLEDDG), Європейську комісію (EC), Фонд «Східна Європа» (EEF), Міжнародний фонд «Відродження» (IRF) [4; 5]. Також в Україні є інвестиційні фонди, венчурні філантропи, приватні фонди та регіональні державні фонди, які сприяють розвитку соціального підприємництва, поза тим – численні інкубатори та акселератори, що спеціалізуються саме на підготовці та запуску соціальних підприємств. Виконуючи власні програми, пов'язані з корпоративною соціальною відповідальністю, підприємства шукають можливість масштабувати власну інвестицію в суспільно значущі проекти – у такий спосіб, вони долучаються до вирішення соціальної проблеми через аутсорсинг, оптимізуючи власні соціальні інвестиції. Серед власників великого бізнесу набуває популярності практика залучення соціальних підприємств для виконання певних контрактних послуг, що сприяє збільшенню їх зайнятості, прибутків, розширенню каналів збуту послуг і товарів, а отже – конкурентоспроможності.

5. Підтримка з боку влади. Позитивною є тенденція підтримки соціального підприємництва і в стратегічних планах держави. Зокрема, це явище і механізм відображено в Національній стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016–2020 рр. Також у контексті розгортання в Україні адміністративно-територіальної реформи очікується трансформація ролі громади – і саме підприємницька діяльність із соціальним фокусом є потужним інструментом подолання економічних викликів і

забезпечення всебічного розвитку місцевих громад. Адже, соціальне підприємництво допомагає державі створювати робочі місця, збагачувати професійний досвід людей для подальшого працевлаштування за сучасних ринкових умов, залучати до громадського життя соціально вразливі групи населення, розширювати активність громадян, які можуть самостійно вирішувати свої проблеми, відроджувати невеликі населені пункти й поліпшувати їх соціальну інфраструктуру тощо.

В Україні за фінансової підтримки Європейського Союзу проект «Соціальне підприємництво: досягнення соціальних змін за ініціативою «знизу» втілює консорціум із семи організацій громадянського суспільства України, Литви та Латвії на чолі з Українським форумом благодійників. Проект є наймасштабнішим в Україні із розвитку соціального підприємництва. Термін реалізації проекту – 1 березня 2018 р. – 31 серпня 2020 р. [4]. У проекті взяли участь: соціальні підприємці, студенти й активна молодь, викладачі ВНЗ, організації громадянського суспільства, бізнес, органи державної влади, місцеве самоврядування. Стратегічними цілями такого проекту для соціального підприємництва є: розвиток професійного потенціалу, створення банку ідей – збираємо соціальні проблеми, які можна вирішити бізнес-методами; проектування життєздатного соціального підприємництва; створення молодіжних таборів, спрямованих на розвиток навичок підприємництва; хакатони з моделювання соціального бізнесу; створення акселератора із навчанням, супроводом та запуском соціальних стартапів; можливість проведення конференцій з використанням європейського досвіду.

Такий проект має свою інтерактивну онлайн-платформу, що формує суспільну думку та направлена на втілення економічних змін і побудову екосистеми для розвитку соціального підприємництва [4]. Найчастіше створення та розвиток соціальних підприємств учасники дослідження пов'язують з усвідомленою необхідністю вирішувати соціальні проблеми та відповідати на виклики, які стоять перед громадою чи суспільством загалом і які з різних причин поки що не може вирішити держава. Наприклад, більшість нещодавно створених соціальних підприємств виникли у відповідь на необхідність створювати робочі місця для ВПО та учасників АТО, надавати соціальні послуги категоріям людей, які залишаються поза увагою держави, розвивати нові напрями, які сприятимуть взаємодії державного та громадського секторів (ІТ-рішення).

Для громадських організацій мотивацією створення соціального підприємства стає можливість диверсифікувати фінансування та зменшити свою залежність від коштів донорів, а також бути більш самостійними у прийнятті рішень щодо того, на які саме потреби спрямовувати отримані кошти. Загалом, найбільшою мотивацією соціальних підприємців до реалізації

такої діяльності є їхні власні переконання та цінності, власний життєвий досвід і соціальна відповідальність. Наприклад, переконаність у необхідності зменшувати нераціональне використання текстильної та іншої продукції, забезпечувати професійний розвиток і створення робочих місць для вразливих категорій населення, підтримувати розвиток нових технологій у сфері «громадянських технологій» (civic tech) – це ті аспекти, які хвилюють соціальних підприємців і стають місією новостворених соціальних підприємств. Варто відзначити, що часто поштовхом до створення соціального підприємства стає приклад іноземних колег – соціальних підприємців з Європи чи США, які демонструють успішні моделі створення бізнесу із соціальною чи екологічною метою [6, 7].

Визначення поняття «лідер» ще 1948 р. дав провідний світовий фахівець в галузі досліджень лідерства Р.М. Стогділл (Ralph Melvin Stogdill). Лідер – це людина, яка береться за справу сама або розподіляє завдання між членами групи так, щоб кожен з них міг виявити ініціативу. Це людина, яка бачить конкретну мету та шляхи її досягнення, а також має досить сил і можливостей це зробити [8].

Слово лідер означає «той, хто веде за собою, очолює». Лідер (англ. Leader – провідник, той, хто веде, керівник, вождь, командир) – особистість, яка користується беззастережним авторитетом і повагою з огляду на свої видатні індивідуальні людські, інтелектуальні або фахові якості [9].

Лідерство – це вміння пробудити в людей мрію, до якої вони наближатимуться, «вдихнути» в них потрібну для руху енергію. Під лідерством розуміється спроможність впливати на окремі особистості та соціальні групи, трудові колективи, спрямовувати їхні зусилля на досягнення мети організації, фірми, підприємства. Лідерські якості керівника як вихователя й організатора навчання визначають успіх його трудового процесу [9].

Лідерство – це повноваження, яке не можна делегувати. Лідера не можна призначити. Лідер – це керівник, який має владу авторитету, що пов'язаний із добровільним визнанням персоналом верховенства лідера. Це людина ініціативна, внутрішньо вільна та сильна, яка може повести за собою. Щоб стати лідером, потрібно досягти певного рівня культури, освіченості, професіоналізму, життєвого досвіду, внутрішньої зрілості. В основі цього – постійна робота над собою, розвиток власного потенціалу. Вважається, що лідера не можна створити, бо він створює себе сам [10].

Лідерство також виступає одним із головних чинників підвищення ефективності управління. Лідер повинен стимулювати та надихати працівників до виконання своєї роботи добросовісно, діяти рішуче, стимулювати та надихати інших, використовувати інновації, користуватися довірою та авторитетом. Крім цього, лідери повинні розуміти контекст

ситуації, усвідомлювати свою відповідальність та активізувати людей. Вміння зрозуміти кожну людину, поважати її позицію, думку – це основа ефективного лідерства.

Роль лідера як керівника та організатора колективу в першу чергу полягає в забезпеченні високого рівня організованості колективу. У сучасних умовах конкурентного середовища, коли кожен первинний трудовий колектив виконує тільки певні види робіт у загальній їх сукупності, ця роль набуває дедалі більшого значення.

Висновки. Отже, соціальне підприємництво є унікальним економічним явищем, що дозволяє зосереджувати увагу на розв'язанні важливих соціальних проблем, креативно поєднувати і втілювати в життя соціальні та бізнес-підходи для одночасного досягнення соціальної і економічної мети. Результатом ефективного функціонування соціальних підприємств є вирішення нагальних проблем щодо працевлаштування, підтримки соціально-вразливих категорій громадян, їх адаптації до суспільного життя, надання соціальної допомоги і підтримки людям з обмеженими можливостями, що дозволяє забезпечувати надання більш якісних і своєчасних соціальних благ та послуг населенню в умовах гострої нестачі бюджетних ресурсів. На відміну від інших напрямів економічної діяльності, соціальне підприємництво гармонійно поєднує ефективне функціонування бізнес-структур з підвищенням якості життя населення. Розвиток соціального підприємництва набирає обертів і є новим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства та закріплення його ринкових позицій в умовах трансформаційних процесів економіки.

Успішне виконання економічних завдань і досягнення найважливішої соціальної мети суспільства залежить від рівня організованості колективів, від якостей лідера як керівника та організатора. Потрібно підвищувати роль керівників трудових колективів, менеджерів у забезпеченні високої організованості колективів (дотримання норм трудової дисципліни, правил внутрішнього розпорядку і трудового законодавства, участь у розв'язанні питань матеріального і морального стимулювання працівників, визначенні кінцевих результатів роботи підрозділів, розв'язанні інших організаційних та соціальних питань).

Література:

1. Непочатенко О.А., Коротєєв М.А., Мальована М.М., Пономарьова М.С., Чернега І.І., Бленда Н.О. Основи формування соціального підприємництва як сучасної форми господарювання // «Наука і техніка сьогодні» (Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Техніка», Серія «Фізико-математичні науки») : журнал. 2022. № 1(1). 2022. С. 168 - 179.
2. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво // Бізнесмодель. Реєстрація. Оподаткування. Київ: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.

3. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво. Київ: Федерація канадських муніципалітетів; Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2017. 58 с.
4. Соціальне підприємництво. Міжнародний та український досвід. URL: <http://www.sesp.org.ua/web/sesp/sesp-RU.nsf>
5. A Sustainable Europe by 2030. URL: https://ec.europa.eu/commission/publications/reflection-paper-towards-sustainable-europe-2030_en
6. Березяк І. І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць. 2014. Вип. 25. С. 31–36.
7. Sud M., VanSandt C., Baugous A. Social Entrepreneurship: The Role of Institutions // Journal of Business Ethics. 2017. Vol.85. P. 201–216.
8. Сергеева Л. М., Кондратьева В. П., Хромей М. Я. Лідерство: навч. посібн. / за наук. ред. Л. М. Сергеевої. – Івано-Франківськ. «Лілея НВ». 2015. – 296 с.
9. Janinks D. On Becoming a Leader. Cambridge, 1995. P. 12–18.
10. Дранник В. А. В трудовому колективі службовців. // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка.: Зб. наук. праць. – К. : ВПК «Політехніка», 2013. – №3. – 138 с.

References:

1. Nepochatenko, O.A., Koroteev, M.A., Malyovana, M.M., Ponomaryova, M.S., Cherniha, I.I., & Blenda, N.O. (2022). Osnovy formuvannya sotsialnoho pidpriemnytstva yak suchasnoi formy hospodariuvannya [Basics of the formation of social entrepreneurship as a modern form of management]. «Nauka i tekhnika sohodni» (Serii «Pedagogika», Serii «Pravo», Serii «Ekonomika», Serii «Tekhnika», Serii «Fizyko-matematychni nauky»): zhurnal – "Science and technology today" (Series "Pedagogy", Series "Law", Series "Economics", Series "Technology", Series "Physical and mathematical sciences"): magazine, 1(1), 168 - 179. [in Ukrainian].
2. Doluda L., Nazaruk V., & Kirsanova Yu. (2017). Sotsialne pidpriemnytstvo [Social entrepreneurship]. Business model. Registration. Taxation. Kyiv: Agency "Ukraine" LLC. [in Ukrainian].
3. Smal V., & Kokot V. (2017). Shcho slid znaty pro sotsialne pidpriemnytstvo [What you should know about social entrepreneurship]. Kyiv: Federation of Canadian Municipalities; International technical assistance project "Partnership for the development of cities". [in Ukrainian].
4. Sotsialne pidpriemnytstvo. Mizhnarodnyi ta ukrainskyi dosvid [Social entrepreneurship. International and Ukrainian experience]. Retrieved from <http://www.sesp.org.ua/web/sesp/sesp-RU.nsf> [in Ukrainian].
5. A Sustainable Europe by 2030. Retrieved from https://ec.europa.eu/commission/publications/reflection-paper-towards-sustainable-europe-2030_en
6. Berezyak I. I. (2014). Zarubizhnyi dosvid ta vitchyzniani realii stanovlennia sotsialnoho pidpriemnytstva [Foreign experience and domestic realities of the formation of social entrepreneurship]. Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Serii «Ekonomika»: zbirnyk naukovykh prats – Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". "Economics" series: a collection of scientific papers. Issue 25. 31–36. [in Ukrainian].
7. Sud M., VanSandt C., & Baugous A. (2017). Social Entrepreneurship: The Role of Institutions. Journal of Business Ethics. Vol.85. 201–216.
8. Sergeeva L.M., Kondratieva V.P., & Khromey M.Ya. (2015). Liderstvo: navch. posibn [Leadership: education manual] / for sciences ed. L. M. Sergeeva. Ivano-Frankivsk. "Lily HB". [in Ukrainian].

9. Janinks D. (1995). On Becoming a Leader. Cambridge, (pp.12–18).

10. Drannyk V. A. (2013). V trudovomu kolektyvi sluzhbovtsiv [In the workforce of employees]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut»*. *Filosofiiia. Psykholohiia. Pedagogika.*: Zb. nauk. prats –*Herald National Technical University of Ukraine "Kyiv polytechnic institute"*. *Philosophy. Psychology. Pedagogy.*: Coll. of science works. K.: Polytechnic Industrial Complex, 3. 138. [in Ukrainian].