

Малькова О. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Глобальна економічна криза спонукає всіх нас до переосмислення життєдіяльності, до відродження цінностей, справедливості, які історично притаманні нашому народу, та до знаходження відповіді на таке запитання як: «Що ми робимо не так? Може варто передивитись свої погляди щодо керування чи щодо головної мети власного бізнесу?». Тому з'явилося соціальне підприємство, а це в першу чергу допомога людям зі своїми недугами знайти роботу, яка під силу саме їм. Хоча більшість підприємців мотивовані потенціалом отримання прибутку, мотив отримання прибутку не заважає звичайному підприємцю мати позитивний вплив на суспільство. Тобто. головною метою соціального підприємця є не отримання прибутку, а скоріше здійснення широких поліпшень у суспільстві. Однак соціальний підприємець все ще повинен бути фінансово підкованим, щоб досягти успіху у своїй справі.

І так, що ж таке соціальне підприємництво? Соціальне підприємництво – це підхід приватних осіб, груп, починаючих компаній чи підприємців, в рамках якого вони розробляють, фінансують та впроваджують рішення соціальних, культурних чи екологічних проблем. Ця концепція може застосовуватися до широкого кола організацій, які різняться за розмірами, цілями та переконаннями. А соціальний підприємець – це людина, яка готова взяти на себе ризик та зусилля, щоб створити позитивні зміни в суспільстві за допомогою своїх ініціатив. Соціальні підприємці можуть прагнути виробляти екологічно чисті товари, обслуговувати громаду, що не отримує послуг, або зосередитись на благодійній діяльності. Вони рухаються своїми баченнями і мріями. Соціальні підприємці бачать проблему, яку вони хочуть вирішити, та можливість для бізнес-моделі, яка може підтримувати себе, потенційно зростати та вносити масштабовані позитивні зміни. Вони мають самооцінку, щоб вірити у власні ідеї та придумувати інноваційні (а часом і незвичайні) способи вирішення проблем. Вони захоплюють наші серця і уяви.

Наявність соціального підприємництва – це рішучий крок вперед до економічного розвитку на будь-якій території. Завдання соціального підприємництва – це перетворювати слабкість на силу.

Як і більшість європейських країн, останнім часом у Норвегії спостерігається збільшення кількості біженців, які шукають і отримують притулок у країні. Допомога новачкам інтегруватися в місцеве суспільство має багато викликів, одним з яких є обмежений доступ до робочої сили. Це навіть проблематично в таких місцях, як Осло, з його низьким рівнем безробіття та загалом широкими можливостями працевлаштування. В скандинавських країнах стартувати соціальному підприємцю легше, адже є підтримка від держави та й взагалі у цих країнах великий відсоток щастя, мінімум корупції.

Норвегія добре відома як соціально- та екологічно-відповідальне суспільство з сильним почуттям спільності та співпраці. Виходячи з цієї традиції, можна легко припустити, що соціальні підприємці в Норвегії зустрінуть позитивне ставлення та інтуїтивне розуміння своїх

поглядів на соціальний вплив. Але підприємців не завжди вітають за столом, коли стіл заповнений! Або якщо їх підхід вважають руйнівним та не співпрацюють.

Соціальне підприємництво – це спосіб прив'язати вас до мети вашого життя, допомогти іншим знайти своє і внести зміни у світ, одночасно заробляючи на життя. Зростання кількості успішних практик соціального підприємства спонукатиме наших громадян розвивати свої ідеї, адже гарний приклад – найкращий мотиваційний фактор. Вірте в себе. Будьте стійкими, будьте відданими... і будьте готові до випробувань – це операційна ціна успіху. Знайдіть інших підприємців та організації для співпраці та взаємопідтримки. Чітко повідомляйте про власні наміри, рушійну силу та мотивацію – це стане частиною ДНК вашої організації і повинно бути прозорим для всіх, хто бере участь. Ви можете масштабувати свій бізнес шляхом тиражування на інших ринках або співпраці через існуючі партнерські відносини.

Д-р екон. наук Марцін Кесі

Університет економіки в Бидгощі (Польща)

Д-р екон. наук Даріуш Павліщій

Університет третього віку в Громадці (Польща)

Канд. екон. наук Наталія Навольська

Західноукраїнський національний університет (Україна)

МЕНЕДЖЕРИ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТУ.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ

Підприємства є організаціями, настроєними на прибуток, в яких істотне значення має справне і ефективне управління наявними людськими, інфраструктурними, речовими а також фінансовими ресурсами. Сприймання підприємства через призму ресурсного трактування сплющує сприймання труднощі перед якими стають підприємства а саме керуючи ними менеджери. Вібраційне середовище, його волатильність призводять до того, що менеджери в управлінні компанією повинні використовувати доступні методи та інструменти, які дозволяють підвищити ефективність індивідуальної та командної роботи, щоб створити конкурентну перевагу на ринку.

Менеджер на сучасному підприємстві відповідно до призначених функцій управління відповідає не тільки за планування або організацію, а й за кадрову політику, управління інформацією і знаннями, управління фінансами організації, управління завданнями, маркетинг та PR, переговори, контроль або взаємодію та надання матеріальної, психологічної допомоги співробітникам у виконаних завданнях [1].

За словами П. Друкера, бути менеджером означає нести відповідальність за продуктивність підприємства [2, 146-147].

У повної організації, трирівневої по класичному трактуванні організації, для кожного рівня в організації вони призначені відповідні менеджери, які виконують інші ролі в організації,