

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Факультет ЕКОНОМІКИ І ПРАВА

Кафедра ЕКОНОМІКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ НАУК

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до дипломної роботи

другий (магістерський) рівень вищої освіти

(освітній ступінь)

на тему

Удосконалення системи соціального захисту учасників та ветеранів
антитерористичної операції / операції об'єднаних сил

Виконав:

здобувач вищої освіти другого

(магістерського) рівня, ф-ту ЕіП

групи 8.05.232.020.19.01,

спец. 232 «Соціальне забезпечення»

ОП «Управління соціальними

проектами»

Клименко О.В.

Керівник:

к.е.н., доцент Аграмакова Н.В.

Рецензент:

Директор з персоналу АТ «Новий

стиль» Радевіч Н.М.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ	5
1.1. Сутність системи соціального захисту	5
1.2. Соціальний захист в Україні	10
1.3. Основні моделі соціального захисту за кордоном та перспективи його розвитку в Україні.....	17
1.4. Особливості впровадження та сучасний стан соціальної відповідальності бізнесу.....	25
Висновки до розділу 1	34
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УЧАСНИКІВ ТА ВЕТЕРАНІВ АТО/ООС	36
2.1. Аналіз основних проблем сучасного життя учасників та ветеранів АТО/ООС.....	36
2.2. Роль держави у соціальному забезпеченні учасників та ветеранів АТО/ООС	45
2.3. Рекомендації соціально-відповідальному бізнесу щодо соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС	49
Висновки до розділу 2	52
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ УЧАСНИКІВ ТА ВЕТЕРАНІВ АТО/ООС ЗА УЧАСТЮ АТ «НОВИЙ СТИЛЬ».....	54
3.1. Характеристика підприємства АТ «Новий стиль»	54
3.2. Заходи щодо удосконалення соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС за участю АТ «Новий стиль»	61
3.2.1. Відкриття шоу-руму.....	62
3.2.2. Відкриття коуч-закладу	66
3.3. Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	70
3.3.1. Оцінка ефективності відкриття шоу-руму.....	70
3.3.2. Оцінка ефективності відкриття коуч-закладу	72
Висновки до розділу 3	75
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	79

ВСТУП

На сьогоднішній день, особливості розвитку сучасної економіки формують пильну увагу громадськості до нових механізмів відносин між владою, суспільством і бізнесом. У наш час дуже важливо аби ці три різні ланки були взаємодоповнюючими та допомагали існувати один одному. Країні, яка знаходиться в стані війни, бореться проти епідемії та до цього всього ще й знаходиться в економічній кризі просто конче необхідно мати соціальний захист.

Актуальність обраної теми роботи, останнім часом, обумовлюється тим, що світ накрила епідемія COVID-19, яка спричинила падіння світової економіки, зараження мільйонів людей, безробіття, голод та, на жаль, смерть людей. Особливого захисту, та й не тільки пов'язаного з коронавірусом сьогодні потребують учасники АТО/ООС, які зараз на передовій, або ж, ветерани АТО/ООС, які щодня борються з тим, щоб їх поважали та надавали всю необхідну, гарантовану державою допомогу. Вони мають право на соціальний захист. Соціальний захист від держави та не тільки.

На жаль, на практиці сьогодні домогтись соціального захисту від держави складно, частіше, таким людям допомагає соціально-відповідальний бізнес, якому, в гарному сенсі, вигідно допомагати людям.

Об'єкт наукового дослідження – процес реалізації соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС в Україні за допомогою бізнесу.

Предмет – теоретичні підходи, методи та способи реалізації соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС.

Мета роботи – обґрунтування напрямів розвитку соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС в Україні.

Завданнями роботи є:

- 1) дослідження теоретичних засад системи соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС (сутність системи соціального захисту, основні моделі соціального захисту за кордоном та перспективи його розвитку

в Україні, особливості впровадження та сучасний стан соціальної відповідальності бізнесу);

2) аналіз системи соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС (аналіз основних проблем сучасного життя учасників та ветеранів АТО/ООС, роль держави у соціальному забезпеченні учасників та ветеранів АТО/ООС, рекомендації соціально-відповідальному бізнесу щодо соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС);

3) розробка заходів щодо удосконалення системи соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС за участю АТ «Новий стиль» (запропоновано заходи щодо удосконалення системи соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС та аналіз їх ефективності).

Проблемам соціального захисту в Україні приділяли увагу такі вчені, як Ю. Бондаренко, Н. Болотіна, Б. Голодець, В. Гордін, С. Захарова, П. Орлова, Є. Шапочка. Окремі аспекти соціального захисту зазначені в роботах Х. Ф. Агавердієва, Н. В. Аграмакова, С. Ю. Гончарова, Д. В. Жаворонкова, К. Ю. Котля-ревська, Г. В. Назарова, А. В. Новічкова, А. В. Софієнко, Л. А. Юзик та інші.

Магістерська дипломна робота виконана на основі теоретико-методологічної та інформаційної бази, а саме: наукові роботи сучасних вчених, дані Державної служби статистики України, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, закони та нормативні акти України, що стосуються досліджуваної теми.

Наукова новизна роботи полягає у розробці заходів щодо удосконалення системи соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС шляхом відкриття соціально-важливих об'єктів: коуч-закладу та шоу-руму, які будуть забезпечувати задоволеність, підняття бойового духу та реабілітацію вищезгаданих осіб.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ

1.1. Сутність системи соціального захисту

Соціальний захист – необхідний елемент функціонування будь-якої досить розвиненої держави. Соціальний захист – це система заходів, спрямованих на дотримання прав людини та на задоволення його соціальних потреб. Сама система соціального захисту в широкому сенсі – це система правових, соціально-економічних і політичних гарантій, що представляють умови для забезпечення засобів існування [57]:

- 1) працездатним громадянам – за рахунок особистого трудового вкладу, економічної самостійності і підприємництва;
- 2) соціально вразливим верствам – за рахунок держави, але не нижче встановленого законом прожиткового мінімуму.

Соціальний захист являє собою, з одного боку, функціональну систему, тобто систему напрямків, за якими вона здійснюється, а з іншого – інституціональну, тобто систему інститутів, її забезпечують (державна, суд, профспілки та інші громадські організації) [20].

Останнім часом все активніше стали розроблятися питання удосконалення соціального управління технічними і організаційними нововведеннями, формування гнучких організаційних структур, управлінського консультування. При цьому об'єктами соціального управління є індивід, група, організація та інші соціальні освіти і процеси.

Важливо відзначити те, що для України життєво необхідною є створення принципово нової системи соціального захисту населення, зорієнтованої насамперед на сім'ю, не звертаючи увагу на те, що серед зарубіжного досвіду системи соціального захисту існують й інші точки зору.

Зміст державного управління соціальним захистом в Україні визначається:

- 1) правовим регулюванням відносин шляхом прийняття законодавчих актів, рішень державних органів, спрямованих на реалізацію державної політики в цій сфері;
- 2) створенням системи центральних і місцевих органів управління соціальним захистом, визначення його структури і компетенції;
- 3) застосування організаційних та інших засобів щодо удосконалення їх структури та поліпшення організації, підвищення ефективності роботи;
- 4) створенням системи соціальних гарантій захисту прав громадян;
- 5) створенням достатньої мережі державних установ та закладів сфери соціального захисту з урахуванням специфіки того чи іншого регіону;
- 6) створенням спеціальних фондів.

Ключ до ефективної діяльності системи соціального захисту населення перебуває в руках тих, хто здійснює практику соціального управління цією системою. І в залежності від того, наскільки глибоко люди, які володіють цим ключем, розуміють управлінські принципи організації життєдіяльності цієї системи за базовим, інтелектуальним чи професійним процесом, буде утримуватися оптимальний стан системи соціального захисту [50].

Таким чином, недосконалість структури соціальної сфери народжує конфліктний соціальний простір, створює умови для подальшої дезінтеграції суспільства, заважає прийняттю населенням нових людей і стереотипів їхньої поведінки, обертається витратою накопиченого за минулі роки інтелектуального, духовного і фізичного потенціалу народу.

Розглядаючи соціальний захист як об'єкт соціального і державного управління, можна зробити висновок, що управління в сфері соціального захисту є цілісною системою в рамках соціальної системи, оскільки державне управління є підсистемою соціального управління.

Соціальний захист необхідно структурувати, а її управління необхідно будувати, виходячи з єдності трьох головних напрямків соціальної політики (рис. 1.1) [12]:

- 1) соціальна допомога, яка гарантує можливість виживання в умовах соціально-економічної кризи;

2) соціальне забезпечення, яке гарантує певний рівень існування людини;

3) соціальні послуги, які забезпечують певний рівень трудової активності та участі в суспільному житті.

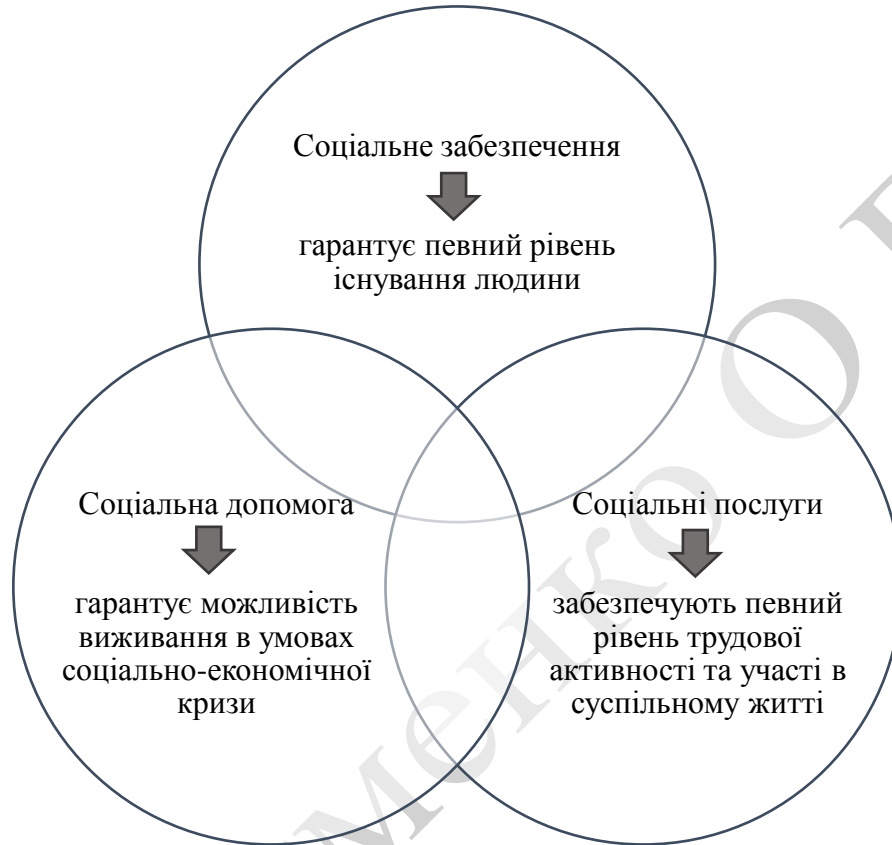


Рис. 1.1. Три головні напрямки соціальної політики

Таким чином, до форм соціального захисту відносяться:

- 1) проведення заходів по соціальному забезпеченню;
- 2) надання послуг із соціального страхування;
- 3) надання соціальної допомоги.

Розглянемо ці форми соціального захисту.

Соціальне забезпечення – це організована державою форма допомоги для затверженого кола осіб, що надається при настанні певних юридичних фактів, в встановлених законом ситуаціях, з метою вирівнювання соціального стану громадян. Соціальне забезпечення включає: виплати, послуги або натуральні блага, що надаються при настанні (або наявності) певних соціальних ризиків, пов'язаних з неможливістю громадян своїми силами

забезпечити себе або непрацездатних членів своєї сім'ї достатньо коштів до життя. Невід'ємна частина соціального забезпечення – надання нужденним громадянам соціаль-них послуг замість або на додаток до грошових виплат (наприклад, послуг будинків-інтернатів та інших соціальних установ), а також різного роду переваг (наприклад, по оплаті ліків, за безкоштовним протезування та ін.).

Соціальне страхування – це система компенсації населенню наслідків соціальних ризиків, пов'язаних з втратою працездатності та доходів. Вона заснована на страхових нарахувань роботодавців, працівників і поширюється тільки на осіб, які здійснювали виплату страхових внесків. Соціальне страхування може бути обов'язковим (при страховій підтримки держави) і добровільним (побудованим на принципах колективної взаємодопомоги).

При цьому фонди добровільного соціального страхування розглядаються як доповнення до обов'язкового страхування [27].

Соціальна допомога являє собою фінансування потреб окремих індивідів або категорій населення, які не мають інших джерел існування. Соціальна допомога має вибірковий адресний характер і спочатку передбачає перевірку нужденності особи, яка претендує на її отримання. На відміну від соціального страхування, яке засноване на страхових відрахуваннях, соціальна допомога надається незалежно від сплати внесків, вона може мати і грошову, і натуральну форми (забезпечення гарячим харчуванням, ліками і т.д.).

Одним з основних напрямків соціальної допомоги є програми з підтримки малозабезпечених громадян, що фінансуються за рахунок урядових коштів.

Організаційною основою системи соціальної допомоги є соціальні програми.

У структуру соціальної допомоги входить обов'язкова і додаткова соціальна допомога.

Обов'язкову допомогу представляють державні програми надання матеріальної допомоги та соціального обслуговування населення щодо усунення наслідків впливу соціальних ризиків або їх мінімізації.

Додаткова соціальна допомога включає програми надання допомоги, що базуються на діяльності громадських організацій та благодійних фондів, благодійних внесків юридичних і фізичних осіб, а також гуманітарна допомога.

Соціальна допомога може надаватися у вигляді соціальних пільг, які виконують дві функції – компенсуючу і стимулюючу. Компенсаційний характер пільг полягає в створенні рівних умов для суб'єктів з нерівними можливостями (інваліди, сироти). Стимулююча функція пільг полягає в спонуканні до окремих видів суспільно корисної діяльності. Соціальна допомога надається також у вигляді безготівкових житлових субсидій для малозабезпечених категорій населення [7].

До заходів соціального захисту відносяться такі заходи:

- 1) встановлення мінімального рівня оплати праці, пенсій, стипендій;
- 2) заходи з подолання безробіття;
- 3) підтримка багатодітних сімей;
- 4) виплата допомоги на дітей;
- 5) контроль за дотриманням прав дітей.

Соціальний захист здійснюється на державному рівні і в приватному порядку.

До державних форм соціального захисту відносяться:

- 1) доступна охорона здоров'я та освіта;
- 2) пенсійне забезпечення;
- 3) система соціального обслуговування та надання соціальних послуг;
- 4) надання пільг;
- 5) заходи соціальної підтримки.

Недержавні форми соціального захисту – це:

- 1) благодійність;
- 2) добровільне соціальне страхування;
- 3) приватні системи охорони здоров'я та ін.

Серед категорій громадян, які підлягають соціальному захисту, можна виділити такі:

- 1) пенсіонери, в тому числі одинокі;

- 2) інваліди ВВВ, сім'ї загиблих військових, учасники АТО/ООС;
- 3) безробітні;
- 4) чорнобильці;
- 5) інваліди;
- 6) діти сироти;
- 7) багатодітні сім'ї;
- 8) малозабезпечені громадяни;
- 9) матері-одиначки;
- 10) громадяни, які не мають постійного місця проживання;
- 11) інфіковані ВІЛ.

Державне управління має здійснювати правове, структурне, фінансове та культурне забезпечення сфери соціального захисту, створювати системи соціальних гарантій захисту прав громадян, достатню мережу державних установ і закладів певної сфери. Створюючи спеціальні фонди, необхідно залучати до справи соціального захисту населення недержавні і цивільні організації.

Соціальний захист – це допомога, що надається державою, а так само приватними організаціями всьому населенню або, що частіше, які потребують допомоги категоріям: одиноким матерям, багатодітним сім'ям, сім'ям соціального ризику, пенсіонерам, інвалідам і т. д.

У більш широкому сенсі соціальний захист надається і приватними організаціями, таких називають соціально-відповідальним бізнесом.

1.2. Соціальний захист в Україні

Перша стаття Конституції України говорить, що Україна є соціальною державою. У зв'язку з цим соціальна політика держави повинна бути пріоритетною, що останнім часом влада і демонструє. Черговим кроком у цьому напрямку може стати прийняття Соціального кодексу України (СКУ), проєкт якого був зареєстрований у Верховній Раді навесні цього року [39].

Як вважають автори проєкту, кодекс повинен визначати правові підстави і гарантії реалізації громадянами України права на соціальний захист, передбаченого Конституцією. Метою ж Соціального кодексу є забезпечення підвищення рівня соціального захисту населення України шляхом удосконалення і систематизації соціального законодавства, гармонізації вітчизняних систем соціального захисту з нормами міжнародного права.

Необхідність прийняття акту, кодифікує соціальні закони, пов'язані з тим, що, незважаючи на істотний прогрес соціального законодавства в сфері соціального страхування і захисту окремих верств населення, все ще існує ряд проблем. Вони полягають у тому, що законодавство, яке стосується даної сфери, містить значну кількість узгоджених норм щодо соціального захисту окремих категорій громадян: ветеранів війни та праці, жертв політичних репресій, чорнобильців, інвалідів та ін., а також норм окремих законів щодо сімей з дітьми, малозабезпечених сімей. Також з прийняттям такого кодексу будуть встановлені єдині стандарти соціального забезпечення та надання соціальних послуг.

Розглянутий проєкт СК складається з 27 розділів і більш ніж 700 статей, які розділені, відповідно до пандектній системою, на загальну і спеціальну частини. У загальну частину включені норми, що визначають основи правового регулювання реалізації соціального захисту та організаційно-правових форм її здійснення. Спеціальна частина складається з норм, що регулюють конкретні види соціального захисту за такими чинниками соціальних ризиків.

Здійснена в кодексі уніфікація системи управління фондами соціального страхування і створення чіткої вертикалі виконавчих органів дозволить заощадити адміністративні витрати, необхідні для виконання фондами своїх функцій, спростить взаємини учасників страхування з фондами та забезпечить цільове використання коштів соціального страхування.

Чимало уваги кодекс приділяє питанням узгодження пенсійного законодавства і розробці єдиних принципів здійснення пенсійного забезпечення для різних категорій громадян, пенсії яким виплачуються з державного бюджету.

Проектом пропонуються нові підходи до надання соціальної допомоги при виявленні ознак нужденності і вдосконалення комплексної системи соціального захисту інвалідів. Крім того, проєкт передбачає упорядкування системи пільг і компенсацій окремим категоріям громадян, нині регульованих окремими законами, ніж забезпечує єдність принципів надання пільг та компенсацій.

Визначальний принцип формування структури проєкту кодексу – систематизація норм на підставі Європейського кодексу соціального забезпечення, яким декларується необхідність гарантування в національному законодавстві основних прав громадян відповідно до факторами соціальних ризиків – постійної або тимчасової втратою працездатності та іншими підставами, що викликають необхідність соціальної підтримки особи або сім'ї. У зв'язку з цим сферою правового регулювання проєкту СК можна визнати соціальні відносини щодо соціальних гарантій можливості отримання освіти і охорони здоров'я.

Згідно з проєктом СК, соціальним захистом є комплекс суспільно-державних заходів щодо матеріальної та організаційної підтримки населення в разі настання обставин, пов'язаних з соціальним ризиком, з метою усунення негативних наслідків відповідних подій. Ці заходи реалізуються шляхом формування та функціонування організаційно-правових систем, основними серед яких є: система соціального страхування, система соціального забезпечення, система соціальної благодійної діяльності [39].

Важливо, що проєкт визначає основні види соціального захисту відповідно до особливостей соціальних ризиків, з настанням яких пов'язане виникнення відносин з надання соціального захисту. Отже, різні види соціального захисту надаються:

- 1) в зв'язку з хворобою;
- 2) у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності;
- 3) у разі безробіття;
- 4) у зв'язку з досягненням певного віку;
- 5) у зв'язку з нещасним випадком на виробництві та професійною хворобою;

- б) у зв'язку з вагітністю та пологами;
- 7) у разі інвалідності;
- 8) у разі втрати годувальника;
- 9) у зв'язку з важкими життєвими обставинами.

Також окремими видами будуть:

- 1) соціальний захист сімей з дітьми;
- 2) соціальний захист громадян зі спеціальним статусом.

Згідно з проектом СК, соціальний захист повинен надаватися всім громадянам, яким вона необхідна, в рівній мірі, з урахуванням особливостей кожного окремого випадку.

Залежно від якісних особливостей надання соціального захисту проект СК виділяє три її форми (рис. 1.2.): грошова допомога – форма соцзахисту, якій забезпечується певний рівень доходу в грошовому вираженні; натуральна допомога – надається громадянам у формі матеріальних благ (паливо, продукти харчування, одяг, медикаменти та ін.); соціальні послуги – задоволення потреб громадян, які не в змозі самостійно на належному рівні забезпечувати себе певними видами особистого обслуговування.



Рис. 1.2. Три форми соціального захисту за проектом СК

Слід зазначити, що в проєкті СК стандартам по соціальному забезпеченню і його нормативам відведено цілий розділ, що включає близько 30 статей. Згідно з проєктом, державні соціальні стандарти – це встановлені законодавством соціальні норми і нормативи або їх комплекс, ґрунтуючись на які визначаються рівні основних державних соціальних гарантій. Державними соціальними гарантіями є встановлені законодавчо мінімальні розміри оплати праці, доходів громадян, пенсійного забезпечення, соціальної допомоги, розміри інших видів соціальних виплат, які забезпечують рівень життя не нижче прожиткового мінімуму. Під соціальними нормами і нормативами слід розуміти показники необхідного споживання продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг та забезпечення освітніми, медичними, житлово-комунальними, соціально-культурними послугами.

Важливо відзначити, що, згідно з проєктом, прожитковий мінімум – це базовий державний соціальний стандарт, встановлений законом, на підставі якого визначаються державні соціальні гарантії та стандарти у сферах доходів населення, житлово-комунального, побутового, соціально-культурного обслуговування, охорони здоров'я та освіти.

Незважаючи на наявність у проєкті безлічі прогресивних норм, він все ще залишає відкритими ряд принципових питань. Одним з них є медичне страхування. А точніше, спосіб його здійснення – шляхом укладення соціального або цивільно-правового договору про страхування, а також форма – обов'язкова або добровільне страхування.

Дискусійним є і питання про необхідність введення системи соціальних судів. Незважаючи на те, що такі спеціалізовані суди, як правило, сформовані учасниками соціального партнерства з фахівців в даній сфері, діють в більшості країн Європи, їх введення сьогодні на Україні кілька недоцільно в зв'язку зі слабкою врегульованістю даної сфери і фактичною відсутністю правозастосовчої практики.

Слід зауважити, що даний проєкт СК слід узгодити з проєктами Трудового кодексу щодо трудових відносин, оскільки їм належить виключно важлива роль щодо забезпечення соціальних гарантій, заснованих на

відносинах соціального страхування, і Податкового кодексу – з питань оподаткування. Що стосується останніх, то в СК є норми, що встановлюють пільги по оподаткуванню. На думку Головного науково-експертного управління Верховної Ради України, це питання не повинно бути предметом регулювання СК. Соціальний кодекс вимагає істотних доробок. Але всі його сильні і слабкі сторони можна буде виявити тільки після його прийняття Верховною Радою і вступу в силу. Будемо сподіватися, що сильних виявиться більше.

В Україні, особливо за останній рік, дуже добре розвинувся соціальний захист зі сторони приватних організацій, таких ще називають соціально-відповідальний бізнес, який розпочав допомагати в боротьбі з невидимим ворогом – COVID-19.

Криза, спричинена епідемією вірусу COVID-19 шириться світом і не щадить нікого на своєму шляху. Ми бачимо мільйони заражень та тисячі загиблих від страшної хвороби. Бізнес просто не може залишатися осторонь, коли країна переживає нелегкі часи: економічну кризу помножену на загрозу епідемії коронавірусу. Зараз, у нових реаліях життя, нашого включення потребують саме ті, для кого компанії будували бізнес – громадяни України. Стрічки новин переповнюють рядки: «Нова пошта виділила 25 млн гривень на обладнання і додаткові матеріали для лікарень», «Мережа супермаркетів "Сільпо" виділила 100 млн гривень на боротьбу з коронавірусом. Кошти будуть спрямовані на закупівлю високоякісних апаратів штучної вентиляції легенів HAMILTON швейцарського виробництва», «Корпорація "АТБ" вирішила роздати продуктові набори найбільш вразливим верствам населення. Для цього було виділено 100 млн. грн.», і це тільки частина. Це добре, що сучасні компанії допомагають людям і державі в боротьбі, в наш час це дуже цінується.

Соціальна відповідальність бізнесу відіграє важливу роль у життєдіяльності країни, можна навіть сказати, що, якщо б не було соціальної відповідальності зі сторони бізнесу, то жертв було б більше в рази. Багато соціально-відповідальних компаній в Україні, такі як: «ХУАВЕЙ Україна», «Убер Україна», «Сільпо», «АТБ-маркет», «ROSHEN», «DCH», «Monobank»,

«Ощадбанк», «Хортиця», «Work.ua», «Rozetka», «Нова пошта», «Епіцентр», «ОККО», «WOG», «SOCAR» та «UPG» допомагають Україні боротися з епідемією вірусу: безкоштовні поїздки, пальне для медиків, додаткове обладнання для медичних закладів, продукти харчування для малозабезпечених родин, допомагають дезінфікувати приміщення та вулиці тощо. Не варто забувати також про різні благодійні фонди, які цілодобово на зв'язку.

Загалом бізнес інвестував у боротьбу з коронавірусною інфекцією більше 4 мільярдів гривень.

Але не все так добре, як гадалось. Багато тих же компаній допомагають, але самі не дотримуються карантину. Персонал без захищених масок, без дезінфікуючих засобів, деякі дозволяють собі працювати попри заборону.

В такому випадку вони хочуть показати свої два обличчя: з однієї сторони – допомагають всім і афішують, з іншої – працюють і заробляють на епідемії кошти.

Хочу нагадати, що в Україні є багато компаній, які не роблять піар на епідемії, а тихо допомагають людству.

Стратегічно правильна орієнтація на соціальну відповідальність і ефективне управління соціальним бізнесом принесуть підприємству ряд конкурентних переваг: підвищення репутації в очах цільових груп; поліпшення фінансових показників; налагодження ефективних взаємовідносин з державою і суспільними організаціями; задоволення духовних потреб керівництва[15].

Сьогодні як ніколи підприємства повинні та мають змогу підняти свій рейтинг, збільшити прибутки та звісно, допомогти людям у скрутному становищі, у боротьбі з всесвітнім вірусом, який спричинив зниження економіки із-за введення карантину. Багато українських компаній вже допомагають у вирішенні проблем з нестачею медичного обладнання, ліків, продуктів харчування і т.д., але користуватись цією ситуацією заради прибутку не варто.

1.3. Основні моделі соціального захисту за кордоном та перспективи його розвитку в Україні

Поняття соціальний захист і соціальне забезпечення споріднені, але не тотожні. При їх використанні в якості наукових визначень соціальний захист включає в себе соціальне забезпечення як складову частину, а крім того охоплює гарантії з охорони праці, здоров'я і природного середовища, мінімальної оплаті праці та ін., що забезпечують нормальні умови життєдіяльності людини.

Уявлення про найбільш помітних відмінності в підходах до соціального захисту, що існують в світі, отримала в даний час широке визнання класифікація Г. Еспінг-Андерсена [58].

Їм виділені три основні моделі соціальних держав: ліберальна, консервативна (корпоративна) і соціал-демократична.

Формування ліберальної моделі, властивою таким країнам, як США, Канада, Австралія, Великобританія, відбувалося за часів панування приватної власності, переважаючих ринкових відносин і під впливом ліберальної трудової етики. Основними умовами функціонування даної моделі є мінімальна залученість держави в ринкові відносини і обмежене застосування заходів державного регулювання, що не виходить за рамки вироблення макроекономічної політики; у внутрішньому валовому продукті (ВВП) державному сектору економіки належить лише невелика частка. Соціальна підтримка громадян здійснюється за рахунок розвинених систем страхування і при мінімальному втручанні держави, що є регулятором певних гарантій. Розміри страхових виплат, як правило, невеликі. Незначні і трансфертні платежі, т. е. перекладні з рахунків держбюджету фінансові кошти, отримані від податків, безпосередньо різним групам населення у вигляді допомоги і субсидій. Матеріальна допомога має адресну спрямованість і надається лише на підставі перевірки нужденності [11, 17].

У сфері виробничих відносин створені максимальні умови для розвитку підприємницької активності. Власники підприємств нічим не обмежені в

прийнятті самостійних рішень щодо розвитку і реструктуризації виробництва, включаючи звільнення опинилися не потрібними працівників. У найбільш жорсткій формі такий стан характерно для США, де з 1948 року діє закон про трудові угоди, або «закон Вагнера», згідно з яким адміністрація підприємства у разі скорочення або модернізації виробництва має право виробляти звільнення без попередження або з повідомленням за два-три дні, без урахування трудового стажу і кваліфікації працівників. Доля профспілок - відстоювання інтересів працівників з найбільшим стажем в разі загрози масових звільнень, що, втім, їм не завжди вдається [18].

Дана модель цілком задовольняє своїм основним призначенням в умовах економічної стабільності або підйому, але при спаді і вимушеному скорочення виробництва, супроводжуваному неминучим урізанням соціальних програм, в уразливому становищі опиняються багато соціальні групи, насамперед жінки, молодь, люди похилого віку.

Консервативна (корпоративна) модель характерна для країн з соціально орієнтованої ринкової економікою. У їх числі – країни континентальної Європи, такі як Австрія, Німеччина, Італія, Франція. Позиції держави тут значно сильніше: бюджетні відрахування на соціальні заходи приблизно рівні страхових внесках працівників і роботодавців, основні канали перерозподілу знаходяться або в руках держави, або під його контролем. Завдяки цього величина соціальних допомог знаходиться в пропорційній залежності від трудових доходів і, відповідно, від розмірів відрахувань на страхові платежі. Відмінною особливістю є «самоврядність» страхових кас, які перебувають у спільному віданні власників підприємств і впливових профспілок, що представляють інтереси найманих працівників. Розмір гарантованих виплат у разі безробіття залежить від трудового стажу, а терміни виплат – від тривалості сплати страхових внесків, їх величини і віку працівника.

Іншими відмінними рисами даної моделі є розвинена система виробничої демократії, регулювання трудових відносин на загальнонаціональному рівні, а не на рівні окремих підприємств або галузей, використання дієвих засобів, що дозволяють мінімізувати рівень безробіття.

Найбільшої популярності набула шведська доктрина соціальної держави, яку часто називають егалітарної. Вона зводить турботу держави про своїх громадян в ранг національного культу, обіцяючи забезпечувати їм «безпеку, надійність і захист в загрозливих ситуаціях, а також організацію і керівництво захистом. Шведам немає необхідності залежати від рідні або добродійності, а тим більше від ринку. Від колиски до могили про них піклуватиметься держава» [11].

Для реалізації таких амбітних цілей в 1977 році в Швеції була проведена реорганізація соціального відомства і сформульовані завдання соціальної служби - вельми широкі, але конкретні і зрозумілі населенню. Серед них можна виділити чотири основних напрямки: гарантії доходу, заходи щодо навколишнього середовища і сервісу, догляд (включаючи охорону здоров'я) і захист трудового середовища. За кожний з напрямків відповідає конкретний суспільний інститут [11].

Діяльність по кожному із зазначених напрямків принесла досить вражаючі результати. Найбільш яскравим прикладом може служити «політика солідарної заробітної плати», що дала свої відчутні плоди. Її оцінка неоднозначна як всередині самого шведського суспільства, так і за його межами. Спочатку вістря цієї політики, провідником якої були профспілки, було направлено на усунення відмінностей в оплаті праці працівників одного рівня професійної підготовки, але зайнятих в різних секторах економіки-державному і приватному. Профспілки вели напружені переговори з союзом підприємців з питання про величину зарплати. У ролі арбітра виступав уряд, фактично яке підтверджувало остаточні ставки. Профспілки не задовольнилися досягнутим, вирішивши рухатися до завоювання нової висоти під гаслом «рівна оплата за будь-яку працю». В результаті їм вдалося здійснити задумане і домогтися майже повного нівелювання рівня заробітних плат (табл. 1.1) [2].

Таблиця 1.1

Середньомісячна заробітна плата серед різних професій (у шведських кронах)

Професія	Шведська крона
Медсестра	18 672
Бухгалтер	18 354
Будівельник	17 611
Інженер	19 035
Хімік	19 096
Продавець	19 945
Вчитель	19 308
Журналіст	21 536
Секретар	16 200

Політика зрівняльного розподілу, мало враховує ступінь освіченості, кваліфікацію та особисті якості працівників, останнім часом наражається на гостру критику.

Зазначені три моделі ніде в світі невідомі в чистому вигляді, представляючи собою «ідеальні типи» соціальної держави, кожен з яких має свої переваги і недоліки. На практиці зазвичай можна спостерігати поєднання елементів ліберальної, корпоративної і соціал-демократичної моделей при явному переважанні рис однієї з них. У Канаді, наприклад, поряд зі страховою пенсією існує так звана «народна» пенсія. Аналогічна пенсія введена і в Австралії. У США існує безліч посібників, виплачуваних крім кас соціального страхування.

Там діє не менше 100 програм матеріальної допомоги (багато з них короткочасні; після закінчення терміну їм на зміну приходять інші), що розрізняються за масштабами, виборчим критерієм, джерел фінансування та цілям. Більшість з них здійснюється під егідою п'яти федеральних міністерств (охорони здоров'я і соціальних служб, сільського господарства, праці, житлового будівництва і міського розвитку, внутрішніх справ), а також комітету з економічних можливостей, Управління у справах ветеранів, Ради по пенсійному забезпеченню залізничників і Комісії цивільної служби. Причому численні програми діють відокремлено, не складені збалансованої і організованої системи, внаслідок чого не охоплюють досить великі групи які потребують матеріальної допомоги людей, включаючи бажаючих працювати

безробітних, для яких встановлено вельми скромний розмір допомог та компенсацій [8].

Соціальна сфера постійно знаходиться в полі зору міжнародних організацій, що приділяють першорядне увагу питанням міжнародно-правового регулювання і координації в даній області.

Прийнятий в 1966 році Міжнародний пакт ООН про економічні, соціальні і культурні права містить кілька статей, присвячених правам в області соціального забезпечення.

Дотримання пакту є обов'язковим для ратифікування його країн.

Важливу роль відіграє Міжнародна організація праці (МОП), яка спрямовує зусилля на практичне втілення загальних принципів соціальної справедливості в законодавство окремих країн і яка має одну з найдосконаліших систем міжнародного контролю за виконанням ратифікованих конвенцій.

У 1952 році МОП прийнята конвенція № 102, що містить цілу концепцію соціального захисту. вона проголошує право всіх громадян на соціальну допомогу, незалежно від трудового стажу і розміру виплачених страхових внесків, і виділяє дев'ять напрямків, за якими ця допомога повинна надаватися: медичне обслуговування, допомоги на випадок хвороби, допомоги по безробіттю, пенсії по старості, пенсії по виробничому травматизму, допомоги у зв'язку з народженням дитини, допомога багатодітним сім'ям, допомоги по інвалідності, допомоги у зв'язку з втратою годувальника. У конвенції зафіксований базовий принцип рівноправності при наданні соціальної допомоги: всі держави, що ратифікували конвенцію, приймають на себе зобов'язання надавати на своїй території громадянам будь-якого іншого держави – члена МОП, а також біженцям і особам без громадянства однакові зі своїми громадянами права, що стосуються встановлених конвенцією видів забезпечення. Країнам, які не досягли необхідного рівня розвитку економіки і системи медичного обслуговування населення, дана можливість ратифікувати конвенцію «з вилученнями» при обґрунтуванні причин вилучень в щорічних доповідях, наданих в МОП. Не менше значення має Європейська соціальна хартія, прийнята членами Європейського Союзу (ЄС) в 1989 році. Її

положення були доповнені і розвинені в новій редакції Хартії від 3 травня 1995 року. У цих документах, які не мають статусу міжнародних договорів, містяться норми рекомендаційного характеру про основні права на соціальний захист як працюючих громадян (в разі настання соціального ризику і втрати заробітку вони забезпечуються адекватними виплатами), так і непрацюючих, які не мають засобів існування (вони мають правом на соціальну допомогу в розмірі прожиткового мінімуму). Ті, хто підписав Хартію сторони зобов'язалися шляхом укладення двосторонніх і багатосторонніх угод забезпечити рівність громадян кожної зі сторін в області соціального забезпечення в разі міграції працівників з однієї країни в іншу [26].

У багатьох країнах із соціально орієнтованою економікою законодавство має законом про мінімально гарантований прибуток. Данія прийняла такий закон в 1933 році, Великобританія – в 1948 році, ФРН – в 1961 році, Голландія – в 1963 році, Бельгія – в 1974 році, Ірландія – в 1977 році, Швеція – в 1982 році, Люксембург – в 1986 році, Франція – в 1988 році. Відповідно з міжнародними нормами дію закону поширюється не тільки на корінне населення, але і на іноземців, які прожили в цій країні визначений час. Посібник не має благодійного характеру. При дотриманні певних умов воно може бути призначено на законних підставах всім нужденним. Основна умова – сума сукупного доходу повинна бути менше певної величини. Повсюдно в сукупний дохід не включаються допомоги на дітей, а в деяких країнах і посібники на житло, аліменти. У США враховуються тільки поточні доходи сім'ї. Встановлено вікові параметри: на допомогу можуть претендувати особи, які переступили 30-річний рубіж (у Франції і Люксембурзі – 25-річний); на одружених або мають дітей вікові обмеження не поширюються. Термін виплати допомоги не має фіксованих меж і може періодично продовжуватися за результатами регулярних перевірок потреби.

У США індикатором бідності служить показник, виведений федеральним урядовим Управлінням соціального забезпечення ще в 1964 році. Він враховує дохід сім'ї відповідно до числа її членів, віком глави сім'ї, кількістю дітей до 18 років і покликаний відповідати мінімально необхідному рівню споживання. Сукупний сімейний дохід складається з суми зарплат,

чистого доходу від самостійної діяльності, виплат по системі соціального забезпечення, грошових допомог в рамках урядових програм, грошових надходжень від власності, дивідендів і чистого доходу від ренти, інших видів одержуваних коштів (посібників від приватних підприємців, аліментів). Для остаточних розрахунків потрібно врахувати витрати сім'ї з чотирьох людина на «споживчий кошик», складену відповідно до «економним продовольчим планом» на підставі даних Міністерства сільського господарства. Отримана цифра множилася на три, оскільки відповідно до результатів обстежень і загальноприйнятими стандартами лише третя частина доходів громадян йшла на задоволення потреб в їжі. Підсумкова сума визначала межу бідності, будучи прожитковим мінімумом. У 1988 році він склав 12 091 долар в рік або 1 007,6 долара на місяць. Чисельність населення, що перебувало за межею бідності, становила

32 мільйони (13,1 відсотка загальної кількості населення).

У багатьох країнах захисним бар'єром для малозабезпечених громадян служить закон про мінімальну заробітну плату і її періодичної індексації в залежності від зростання споживчих цін. В Італії механізм індексації запускається при зростанні індексу цін на один відсоток, в Данії – на три відсотки, в Бельгії – на два відсотки, в Люксембурзі – на два з половиною відсотка. У деяких країнах – США, Канаді, Франції, Швейцарії – індексація охоплює не все трудове населення, а лише частина найманих працівників.

В даний час в багатьох країнах ЄС досягли високого рівня розвитку програми захисту сімейного доходу, опускається нижче встановленої планки, які фінансуються з бюджетних коштів. У скандинавських країнах, що відрізняються найбільшою широтою охоплення населення подібними програмами, їм надано загальнодержавний статус. У центральноєвропейських країнах такі програми діють на регіональному та місцевому рівнях. У державах на півдні Європи вони майже повністю відсутні. Допомога, яка надається по національним програмам захисту доходів в деяких країнах ЄС

зазначена

у

табл 1.2.

Таблиця 1.2

Допомога, яка надається по національним програмам захисту доходів в деяких країнах ЄС

Країна	Допомога або послуга
1	2
Австрія	Відшкодування вартості оплати житла, медичного страхування
Бельгія	Відшкодування вартості оплати житла, медичного обслуговування
Данія	Відшкодування вартості оплати житла, стипендії студентам
Фінляндія	Відшкодування вартості оплати житла, послуг охорони здоров'я, вартість перебування дітей в дошкільних закладах
Франція	Відшкодування вартості оплати житла, послуг охорони здоров'я
Німеччина	Відшкодування вартості оплати житла, послуг охорони здоров'я допомога на освіту
Ірландія	Відшкодування вартості оплати житла, безкоштовне медичне страхування
Люксембург	Відшкодування вартості оплати житла, безкоштовне медичне страхування
Нідерланди	Відшкодування вартості оплати житла, безкоштовне медичне страхування

Продовження табл. 1.2

1	2
Португалія	Відшкодування вартості оплати житла, послуг охорони здоров'я допомога на освіту
Іспанія	Відшкодування вартості оплати житла, допомога в придбанні предметів домашнього вжитку
Швеція	Відшкодування вартості оплати житла, послуг охорони здоров'я, допомога в придбанні предметів домашнього вжитку, субсидії на освіту

В Україні ж планують створити Національну соціальну сервісну службу, яка забезпечить реалізацію державної політики соціального захисту населення та захисту прав дітей, а також буде здійснювати державний контроль за дотриманням вимог законодавства в цих сферах [28].

Йдеться про конкретні кроки, які дозволять вже в найближчій перспективі зробити систему соціального захисту більш адресною та ефективною, забезпечити захист прав дітей і розвивати якісні сервіси для громадян, які потребують державної підтримки.

Відзначається, що сфера соціального захисту буде управлятися по-новому.

Національна соціальна сервісна служба України – так називатиметься нова організація державної виконавчої влади, яка забезпечить реалізацію державної політики соціального захисту населення та захист прав дітей, а

також здійснення державного контролю за дотриманням вимог законодавства в цих сферах.

Нацсоцслужба буде створена без залучення додаткових бюджетних коштів за рахунок наявних ресурсів Мінсоцполітики та структурних підрозділів з питань соціального захисту населення місцевих державних адміністрацій.

Служба матиме мережу територіальних органів у всіх регіонах України, що дозволить встановити єдині стандарти соціальної підтримки і контролювати їх дотримання, пояснюють в міністерстві.

У відомстві запевняють, що з початком роботи Національної соціальної сервісної служби «держава нарешті отримає дієвий інструмент, який дозволить забезпечити людей адресною і якісною державною підтримкою в кожному куточку країни».

Розробленою концепцією передбачено розширення можливостей для отримання соціальних послуг, поліпшення їх якості, створення і розвиток якісних соціальних сервісів для населення в громадах, за місцем проживання та своєчасна організація спеціалізованих соціальних послуг.

Національна соціальна сервісна служба буде забезпечувати управління системою надання соціальних послуг та сприяти їх розвитку (організаційно, кадрово, методично) перш за все на рівні місцевих громад, де в них відчувається гостра необхідність. Також вона буде контролювати, щоб найбільш уразливі громадяни, які мають право на отримання певного виду соціальної підтримки, отримували базові соціальні послуги безкоштовно, належної якості, відповідно до затверджених стандартів і вимог.

1.4. Особливості впровадження та сучасний стан соціальної відповідальності бізнесу

На сьогоднішній день, особливості розвитку сучасної економіки формують пильну увагу громадськості до нових механізмів відносин між

владою, бізнесом і суспільством. На сьогодні у найбільш економічно розвинутих державах світу поширення набула концепція «соціальної відповідальності бізнесу» (СВБ), що розуміється як концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та у їх взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі. Сьогодні соціальна позиція, яку займає компанія, все більше впливає на її репутацію та імідж, а отже, й на вибір споживачів. Оцінюючи діяльність компанії, суспільство розглядає не тільки її виробничі та фінансові показники, але й те, як організація веде свою діяльність, чи піклується про власних працівників, чи відповідають її інтереси інтересам інших учасників ринку, мешканців територій, де розташоване підприємство, а також суспільства в цілому [68].

Найбільшою проблемою для сучасного директора не є намагатися використовувати активи і ресурси компанії, розвивати можливості для соціальних інновацій. Безліч доказів, що всі їхні ключові, зацікавлені сторони розглядають його як ключову частину корпоративного стратегічного управління. Талант, особливо таланти тисячоліття, хочуть працювати в компаніях, які піклуються про соціальні та екологічні проблеми, клієнти хочуть купувати у таких компаній, уряди хочуть створити нормативні та податкові структури, які стимулюватимуть їх, і навіть акціонери тепер визнають, що будівельні бренди і зведення до мінімуму нефінансового ризику є критично важливими вкладниками до максимізації акціонерної вартості. Тому ключове завдання полягає не в тому, щоб охопити соціальну інновацію, а скоріше те, як це зробити [33].

Що треба зробити, щоб це сталося? Нова доповідь на Всесвітньому економічному форумі “Соціальні інновації: керівництво по досягненню корпоративної і соціальної значущості” вивчає цілий ряд різних компаній і орієнтується не на питання «чому», а на питання «як». Результати дослідження дають захоплюючий краєвид на цілий ряд реальних життєвих прикладів соціальних інновацій бізнесу. Вони вирішують такі питання: як визначено можливості? Як організація повинна організувати себе, щоб забезпечити успіх і збільшити можливість масштабу? Що таке цикл навчання? Як можна

виміряти успіх? Яку роль відіграють партнерські відносини?

Існує ряд протиріч між інтересами самого бізнесу та соціальною відповідальністю бізнесу перед суспільством [34]. Найочевиднішим з них є:

1) вимога зберігати робочі місця для пом'якшення безробіття в суспільстві і потреба в умовах конкуренції скорочувати їх за рахунок впровадження нових технологій та вдосконалення менеджменту;

2) необхідність підвищувати ціни на вироблені товари в інтересах компаній і неминучість стримувати їх в інтересах суспільства, пов'язаних з боротьбою з інфляцією і бідністю;

3) важливість збільшення витрат на охорону навколишнього середовища за рахунок прибутку компанії та інтересів власників та акціонерів, які зацікавлені у збільшенні дивідендів і зростанні заробітної плати.

Соціальна відповідальність бізнесу – добровільний внесок компанії в розвиток суспільства [35].

У загальному сенсі соціальна відповідальність бізнесу має три напрямки:

1) екологічне (вирішення питань, що стосуються виснаження, забруднення природних (водних, земельних) ресурсів, зміни клімату на планеті та ін.);

2) соціальне;

3) економічне.

Як можна побачити зі схеми, то СВБ дуже пов'язаний та постійно у роботі з основними ланками (рис. 1.3) [1].





Рис. 1.3. Ланки, які пов'язані з СВБ

Соціальна відповідальність має наступні види [1]:

1) за формою реалізації. Добровільна – виражена в обов'язку суб'єкта виконувати приписи соціальних норм його правомірною поведінкою і реакцією на нього. Примусова – виражена в обов'язку порушника соціальних норм підпорядкуватися різноманітним заходам суспільного і (або) державного примусу;

2) за своїм сутнісним змістом. Позитивна – добровільне і свідоме використання, виконання, дотримання суб'єктами суспільних відносин приписів соціальних норм. Негативна – застосування для порушника соціальних норм заходів впливу, передбачених цими нормами;

3) у залежності від видів соціальних норм виділяють такі різновиди соціальної відповідальності: моральна, релігійна, дисциплінарна, політична, правова (юридична) тощо.

Будь-яка комерційна організація не може функціонувати поза свого середовища – країни, міста, людей, з якими взаємодіє. Бізнесмен добровільно бере участь в соціальній сфері [37]:

1) забезпечує собі репутацію і повагу ділових партнерів;

- 2) закладає фундамент для просування в майбутньому;
- 3) формує про себе позитивну думку серед споживчої аудиторії;
- 4) розширює горизонти для успішного розвитку бізнесу.

Соціальна відповідальність в сфері виробництва припускає, що підприємець [56]:

- 1) відповідає за безпеку, якість товарів, що випускаються;
- 2) надає споживачам повну інформацію про можливі побічні ефекти від застосування або вживання продукту.

У 2000 році був запущений «Глобальний договір» – міжнародна угода між ООН і представниками бізнесу з різних країн. В основу проекту про корпора-тивну соціальну відповідальність закладені такі принципи, як:

- 1) повага, захист прав людини в міжнародному форматі;
- 2) підтримка свободи об'єднання;
- 3) виключення будь-яких форм примусової праці;
- 4) викорінення дитячої праці;
- 5) ліквідація дискримінації в діловій сфері;
- 6) підтримка і розвиток екологічно безпечних технологій;
- 7) усвідомлення відповідальності за стан навколишнього середовища;
- 8) протидія будь-яким формам корупції, включаючи хабарництво, здирництво.

Мотиви бізнесмена, що займається соціальними питаннями, можуть бути різні – моральні устремління, патріотизм, особистісні амбіції, бажання здобути популярність або викликати довіру споживачів. Головне, щоб добровільна безоплатна діяльність була ефективна і результативна – приносила користь оточуючим його людям і суспільству в цілому.

Будь-яка компанія прагне до максимальної ефективності, яка дозволяє виробляти і продавати продукцію. Однак діяльність комерційних організацій має також яскраво виражену соціальну складову. Соціальна відповідальність бізнесу в економіці – це належна якість товарів і послуг, високий рівень безпеки виробництва, нормальні умови роботи персоналу і так далі. Якщо підприємство має вищеперераховане, то це призводить до [69]:

- 1) зростання продажів і поліпшення позиції на ринку;

- 2) збільшення продуктивності праці;
- 3) зростання вартості компанії за рахунок підвищення оцінки її репутації;
- 4) полегшення доступу до інвестицій;
- 5) послаблення контролю з боку державних органів та ін.

Слід мати на увазі, що соціальна відповідальність бізнесу не може поширюватися на все суспільство. Для кожної конкретної компанії, що веде бізнес, суспільство являє собою систему зацікавлених сторін, що складається з індивідуумів, груп, організацій, що впливають на проведену компанією політику або виявляються під впливом цієї політики. Іншими словами, будь-яка підприємницька структура взаємодіє зі споживачами, власниками, працівниками, конкурентами, постачальниками, державними службовцями, представниками місцевої громади та іншими зацікавленими особами. Кожна з названих зацікавлених сторін демонструє свій набір економічних, етичних, правових і філантропічних очікувань від компанії. Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу може бути визначена як раціональний відгук компанії на систему суперечливих очікувань зацікавлених сторін, спрямований на сталий розвиток компанії [5].

Ефективність реалізації СВБ ґрунтується на системному підході в рамках стратегії сталого розвитку з урахуванням інтересів трьох груп учасників – персоналу компанії, споживачів її продукції, а також громадських і державних структур або ж так званих стейкхолдерів.

Стейкхолдери – це особи й сторони, які зазнають на собі вплив діяльності компанії або можуть впливати на роботу компанії [32].

Різні стейкхолдери можуть мати різні цінності й цілі, і вони можуть не збігатися із цілями й цінностями організації. Тому компанія повинна чітко визначити свої цілі й цінності й порівняти їх з інтересами зацікавлених осіб. У цьому випадку компанія повинна спробувати взяти до уваги інтереси всіх зацікавлених сторін у процесах бізнес-планування й стратегічної діяльності [32].

Основні інтереси стейкхолдерів [29]:

- 1) акціонери – розмір річного дивіденду; підвищення вартості акцій; зростання вартості компанії і її прибуток; коливання цін на акції.

2) інституціональні інвестори – розмір інвестицій з високим рівнем ризику; очікування високого прибутку; збалансованість їх інвестиційного портфелю.

3) працівники – гарантії зайнятості; рівень реальної заробітної плати; умови наймання; можливості просування по службі; соціально-психологічний клімат.

4) споживачі – бажані і якісні продукти; прийнятні ціни; різноманітність вибору.

5) дилери-розповсюджувачі – післяпродажне обслуговування; своєчасність і надійність поставок; якість продукту (послуги), що поставляється.

6) постачальники – стабільність замовлень; оплата в строк і за умовами договору.

7) представники державної влади – забезпечення зайнятості; виплата податків; відповідність діяльності вимогам закону; підтримка або спільна реалізація проектів.

8) представники регіональної влади – внесок в економічний ріст і сталий розвиток регіону; внесок у місцевий бюджет; підтримка соціальної інфраструктури регіону.

9) соціальні й суспільні групи – турбота про навколишнє середовище; підтримка місцевої суспільної діяльності.

10) ЗМІ – одержання правдивої й повної інформації про діяльність корпоративного утворення.

В 2008 р. Український союз промисловців і підприємців приєднався до Глобального договору – всесвітньої ініціативи, яка спрямована на сприяння соціальної відповідальності бізнесу, створення більш стабільної й всеосяжної економіки.

Союз взяв участь у підготовці Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні разом із Центром розвитку корпоративної соціальної відповідальності, Мережею Глобального договору ООН в Україні, іншими представниками ділової громадськості.

Суть Національної стратегії – підкреслити відповідальність компаній за вплив на суспільство, у тому числі в сфері дотримання прав людини,

цивілізованих і чесних трудових відносин і ліквідації дискримінації в сфері праці й зайнятості, дбайливого поводження з навколишнім середовищем, розвитку й поширення екологічно безпечних технологій, а також протидії всім формам корупції.

Одне з головних завдань влади в цьому партнерстві – гарантування бізнесу принципу добровільності.

Найбільш поширеними формами і практиками СВБ в світі та Україні є благодійність, корпоративне волонтерство, соціальне спонсорство, соціальне підприємництво і соціальні інвестиції. Благодійність виступає як історично перша і найпоширеніша форма практики СВБ. Вона являє собою адресне надання безоплатної допомоги нужденним, забезпечення благами і послугами за рахунок благодійника. Волонтерство є добровільною і безоплатною діяльністю на благо суспільства і однією з найбільш поширених форм СВБ. В якості основних напрямків можна назвати допомогу дітям, інвалідам, людям похилого віку, біженцям, безпритульним; розробку і реалізацію соціальних і екологічних програм, благоустрій територій та ін. Соціальне спонсорство виступає як додаткова реклама бренду компанії, її товару або послуги. Підтримуючи соціальнозначущі акції, компанія тим самим отримує можливість поліпшити власний імідж, здобути прихильність цільової аудиторії завдяки асоціюванню з позитивними цінностями. Соціальне підприємництво являє собою підприємницьку діяльність, в якості мети якої виступає вирішення соціальних проблем місцевої громади. Це можуть бути проекти в області зайнятості, екології, спорту, культури та ін. Соціальні інвестиції – це форма фінансової допомоги, яку пропонує при реалізації довгострокових програм, спрямованих на зниження соціальної напруги в регіоні присутності компанії. Найчастіше такі інвестиції спрямовуються на розвиток культури, освіти, екології та ін. Користь, яку приносить соціально відповідальним бізнесом суспільству, очевидна. Основна проблема полягає в тому, наскільки вигідна самим бізнес-структурам подібна діяльність. Програми соціальної відповідальності компаній носять виключно добровільний характер. Однак теза про те, що в сучасному світі соціально відповідальний бізнес – це не тільки необхідність, але пряма вигода, знаходить сьогодні все більше

підтвердженнь. Вкладення коштів в соціальні програми приносить пряму вигоду суспільству, а опосередковано і самому бізнесу [40].

На думку керівників компаній, що практикують СВБ, зростання прибутків багато в чому досягається завдяки зміцненню бренду організації та поліпшення її репутації. З цілої низки причин бізнес-структури змушені сьогодні докладати масу зусиль для захисту своєї репутації та розширення середовища, в якій вони ведуть свою діяльність. Цьому сприяли і численні скандали навколо найбільших компаній світу, які значно підірвали довіру до них. Свою роль відіграють численні НКО, готові протистояти з транснаціональними фірмами в разі «провалів» в діяльності останніх. Численні рейтинги також справляють істотний тиск на діяльність бізнес структур. Соціально відповідальний бізнес завдяки зростанню до себе поваги отримує більш сприятливі довгострокові перспективи (широка популярність серед споживачів, зростання інвестиційної привабливості, підвищення якості управління бізнесом, лояльність співробітників, залучення висококваліфікованих фахівців і ін.). Як впливає з результатів дослідження компанії "Крос", реалізація соціальних програм сприяє поліпшенню позицій бізнес-структур на споживчому ринку. На питання «В останні роки набули хоча б один товар або послугу через участь бренду в реалізації соціальних ініціатив?» відповіли ствердно 52% споживачів в світі, в країнах Азії і Африки таку відповідь дали 59% споживачів, в країнах Латинської Америки – 65% [61].

Соціальна відповідальність бізнесу сприяє зростанню його конкурентоспроможності на світовому ринку: такої позиції дотримуються представники компаній по світу в цілому (32%) і компаній з швидко розвиваються країн (36%). Аналогічної позиції дотримується й український бізнес: 31% опитаних українських підприємців називають необхідність конкурувати в глобальному масштабі серед факторів, що сприяють впровадженню політики соціально відповідального бізнесу [21].

Співвідношення між інтересами бізнесу та суспільства є проблемою, яка не тільки що виходить за рамки концепції СВБ, а й має більш широкі межі. Світовий досвід демонструє безліч прикладів, коли інтереси бізнесу не

обмежуються тільки отриманням прибутку, а набувають більш масштабні гуманітарні форми. Основними причинами, що спонукають компанії приділяти особливу увагу питанням соціальної відповідальності, є [36]:

- 1) глобалізація і пов'язане з нею загострення конкуренції;
- 2) зростаюча роль нематеріальних активів (репутації і брендів);
- 3) зростання громадянської активності;
- 4) зростаючі розміри і вплив компаній;
- 5) посилення механізмів державного регулювання;
- 6) «Війна за талант» – конкуренція компаній за кваліфікований персонал.

В умовах інтеграції до світової спільноти соціальна відповідальність бізнесу є необхідною складовою конкурентоспроможності підприємства. В останній час рішення в багатьох відомих успішних компаніях про запровадження заходів соціальної відповідальності входять до стратегій розвитку управління [55].

Слід зазначити, що ідеологію соціальної відповідальності, як її розуміє західне співтовариство, в змозі прийняти і реалізувати тільки великий український бізнес. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) в Україні йде відповідно до світових тенденцій, але поки що повільно і практично не охоплює малий і середній бізнес. Для переважної більшості українських підприємств соціальна відповідальність реалізується за допомогою надання соціально значущих послуг для місцевого населення і соціальними «поборами» з боку місцевої влади. У сформованих інституційних умовах середній бізнес не отримує ні економічного, ні соціального ефекту від тієї соціальної ролі, яка йому фактично нав'язується. Малий бізнес розвинений в Україні вкрай недостатньо і не має необхідної фінансової бази навіть для власного розвитку [4, 16]. Отже, узагальнюючи вищенаведене, можна стверджувати, що в основі проаналізованих підходів є ведення будь-якої діяльності з урахуванням соціальних потреб суспільства.

Висновки до розділу 1

Соціальний захист – це багаторівнева система економічних, правових, організаційних, медико-соціальних, педагогічних, психологічних та інших заходів, спрямованих на реалізацію прав і свобод особистості в галузі соціального забезпечення, гарантованість не тільки виживання, а й достатнього рівня і якості життя.

Розглядаючи соціальний захист як об'єкт соціального і державного управління, можна зробити висновок, що управління в сфері соціального захисту є цілісною системою в рамках соціальної системи, оскільки державне управління є підсистемою соціального управління.

Соціальний захист – це допомога, що надається державою, а так само приватними організаціями всьому населенню або, що частіше, які потребують допомоги категоріям: самотнім матерям, багатодітним сім'ям, сім'ям соціального ризику, пенсіонерам, інвалідам і т. д.

Бізнес просто не може залишатися осторонь, коли країна переживає нелегкі часи: економічну кризу помножену на загрозу епідемії коронавірусу. Зараз, у нових реаліях життя, нашого включення потребують саме ті, для кого компанії будували бізнес – громадяни України.

Соціальна відповідальність бізнесу відіграє важливу роль у життєдіяльності країни, можна навіть сказати, що, якщо б не було соціальної відповідальності зі сторони бізнесу, то жертв було б більше в рази. Багато соціально-відповідальних компаній в Україні допомагають Україні боротися з епідемією вірусу: безкоштовні поїздки, пальне для медиків, додаткове обладнання для медичних закладів, продукти харчування для малозабезпечених родин, допомагають дезінфікувати приміщення та вулиці тощо.

В Україні хочуть створити Соціальний кодекс. Метою Соціального кодексу є забезпечення підвищення рівня соціального захисту населення України шляхом удосконалення і систематизації соціального законодавства, гармонізації вітчизняних систем соціального захисту з нормами міжнародного права.

Необхідність прийняття акту, кодифікує соціальні закони, пов'язані з

тим, що, незважаючи на істотний прогрес соціального законодавства в сфері соціального страхування і захисту окремих верств населення, все ще існує ряд проблем. Вони полягають у тому, що законодавство, яке стосується даної сфери, містить значну кількість неузгоджених норм щодо соціального захисту окремих категорій громадян: ветеранів війни та праці, жертв політичних репресій, чорнобильців, інвалідів та ін., а також норм окремих законів щодо сімей з дітьми, малозабезпечених сімей. Також з прийняттям такого кодексу будуть встановлені єдині стандарти соціального забезпечення та надання соціальних послуг.

В даний час в багатьох країнах ЄС досягли високого рівня розвитку програми захисту сімейного доходу, який опускається нижче встановленої планки, і фінансуються з бюджетних коштів. У скандинавських країнах, що відрізняються найбільшою широтою охоплення населення подібними програмами, їм надано загальнодержавний статус. У центральноевропейських країнах такі програми діють на регіональному та місцевому рівнях. У державах на півдні та сході Європи вони майже повністю відсутні.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УЧАСНИКІВ ТА ВЕТЕРАНІВ АТО/ООС

2.1. Аналіз основних проблем сучасного життя учасників та ветеранів АТО/ООС

Анексія Автономної Республіки Крим і початок збройного конфлікту на Сході України стали новими викликами нашої країни у 2014 році та

актуалізували питання адекватного реагування на них, зокрема в соціально-економічній сфері. Сьогодні, у часи пандемії вірусу COVID-19 постає величезне питання: Як українська армія переживе цю епідемію? Чи будуть в безпеці учасники та ветерани Антитерористичної операції/Операції об'єднаних сил (АТО/ООС)? Водночас на сьогодні потребує модернізації та вдосконалення державне регулювання соціального захисту учасників Антитерористичної операції/Операції об'єднаних сил (АТО/ООС), щоб створити сприятливіші умови щодо адресності соціальної допомоги, пільг, гарантій, компенсацій за втрачене здоров'я, реадаптації до життя в мирний час, ефективної самореалізації, збереження й розвитку трудового потенціалу, зниження соціальної напруженості серед учасників АТО/ООС.

З початку військового конфлікту на сході України у квітні 2014 року до теперішнього часу було здійснено багато хвиль мобілізації, в результаті чого до збройних сил прийшло біля 330 тисяч осіб, частину з яких було направлено до зони бойових дій, а понад 140 тисяч осіб отримали статус учасника АТО/ООС. При цьому близько 9 тисяч військовослужбовців було поранено, а більше

2 тисяч – загинуло чи зникло безвісти. У минулому році Уповноважений військовий комісар з прав людини (УВКПЛ) оприлюднював оновлені цифри жертв конфлікту декілька разів на рік. Але в новому документі сказано, що «попередня консервативна оцінка загальних втрат, пов'язаних з конфліктом, була станом на 15 листопада 2017 року» [31].

Тоді у звіті подавалися такі цифри: 35081 жертва конфлікту, з них – 10303 вбитих і 24778 поранених, але звіт наголошував, що реальні цифри втрат можуть бути вищими [22].

Вже у вересні 2020 року ООН уточнила кількість загиблих і поранених на Донбасі. Від 42 000 до 44 000 осіб стали жертвами бойових дій на сході України з 14 квітня 2014 до 31 серпня 2020 року. ООН оцінює кількість загиблих від 13 100 до 13 300, з яких не менше 3367 – цивільні, зокрема 298 загиблих на борту рейсу МН17 "Малайзійських авіаліній". За час війни загинуло 4150 українських військових і приблизно 5700 "членів збройних угруповань". Що

мають на увазі в ООН під цим формулюванням: тільки бойовиків або бойовиків разом із добровольцями АТО/ООС, які воювали на сході без офіційного оформлення, невідомо. Поранених за час війни – від 29 500 до 33 500 осіб, з них 7000-9000 цивільних, від 9700 до 10 700 – українських військових, і від 12 700 до 13 700 "членів збройних угруповань". ООН відзначає, що за останні два роки до 40 відсотків смертей військових не пов'язані з бойовими діями [45, 46].

На жаль, статистика є приблизною, оскільки частина відповідної інформації є державною таємницею, а окремі дані просто неможливо однозначно проінтерпретувати (наприклад, йдеться про чисельність тих, хто пішли добровольцями та не ставали на військовий облік). Але, незважаючи на існування в Україні державних програм та системи пільг, що спрямовані на матеріальну підтримку ветеранів, на шляху їх реалізації стоїть низка перешкод, серед яких необхідно насамперед згадати бюрократичні бар'єри, недостатнє фінансування, відсутність широкого розповсюдження інформації про можливості, які є у ветеранів АТО/ООС тощо. При цьому навіть обізнані учасники подій самі не завжди охоче йдуть по допомогу. Тому проблеми учасників та ветеранів АТО/ООС й питання можливостей держави та соціально-відповідального бізнесу по їх вирішенню залишаються актуальними [46].

Учасників АТО/ООС віднесено до категорії учасників бойових дій, що надає їм право користуватися гарантіями соціального захисту ветеранів війни, а також в країні створено Державну службу України у справах ветеранів війни та учасників антитерористичної операції, на яку покладено завдання соціального захисту ветеранів війни та учасників АТО/ООС (Постанова КМУ від 11.08.14 р. № 326) [45, 46].

Перелічені нижче дані ґрунтуються на дослідженні, яке проводилось за ініціативою Фонду ветеранів війни і учасників АТО/ООС факультетом соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка у квітні – травні 2016 року. Генеральну сукупність склала база телефонних номерів ветеранів АТО/ООС, які мешкають у м. Києві, Київській, Кіровоградській, Запорізькій, Рівненській, Одеській областях, надана Фондом

(13934 номери); вибіркова сукупність становила 904 номери телефону. Спосіб відбору – проста випадкова вибірка. Довірча ймовірність – 0,99; похибка вибірки – 5%. Метод збору соціологічної інформації – телефонне опитування. Рівень досяжності респондентів (response rate) – 42% [46].

Відповідаючи на питання про актуальні життєві проблеми, чверть респондентів (24,4 %) зазначила, що таких проблем у них на даний момент немає, 2,0% опитаних утруднились відповісти, а практично три чверті опитаних ветеранів АТО/ООС (73,6%) вказали на наявність таких проблем. Йшлося насамперед про фінансові негаразди (проблема відсутності житла, хоча і називалась респондентами окремо, втім її можна розглядати як наслідок фінансових проблем), третю та четверту «сходинку» посідають питання порушення прав на соціальні гарантії та незадоволеність владою, «топ 5» проблем завершують проблеми зі здоров'ям. Власне психологічні проблеми, як важливі, були артикульовані незначною кількістю осіб (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Проблеми, що турбують учасників або ветеранів АТО/ООС

Проблеми	%
Фінансові труднощі	27,3
Відсутність власного житла	23,4
Порушення прав на соціальні гарантії (невплата "бойових" за перебування на передовій, ненадання передбачених законодавством пільг)	19,4
Незадоволеність державною політикою/владою тощо	18,5
Проблеми із власним здоров'ям	16,5

Продовження табл. 2.1

Проблеми	%
Бюрократія державних органів при оформленні пільг	15,9
Проблеми з працевлаштуванням	8,8
Неоціненість заслуг/зусиль/жертви/досвіду ветеранів АТО/ООС	5,9
Проблеми, пов'язані з армією (матеріальне забезпечення Збройних Сил, неможливість звільнитися з контракту)	4,3
Продовження війни	4,0
Відчуття, що війна не змінює звичок цивільних людей	3,4
Проблеми з порозумінням у сім'ї	2,9
Психологічні/психічні проблеми (роздратування, порушення сну, галюцинації, депресія)	2,8

Проблеми зі здоров'ям близьких родичів	2,5
Відсутність кваліфікованої психологічної допомоги	1,1
Проблеми у спілкуванні/розумінні/прийнятті з друзями, з колегами тощо	0,8
Інше	3,5

Так, половина опитаних на момент проведення дослідження продовжувала служити в армії або знаходилась в зоні проведення АТО/ООС, третина респондентів (33,1%) мала постійну роботу, у той же час практично кожен десятий з опитаних ветеранів був безробітним (рис. 2.1).

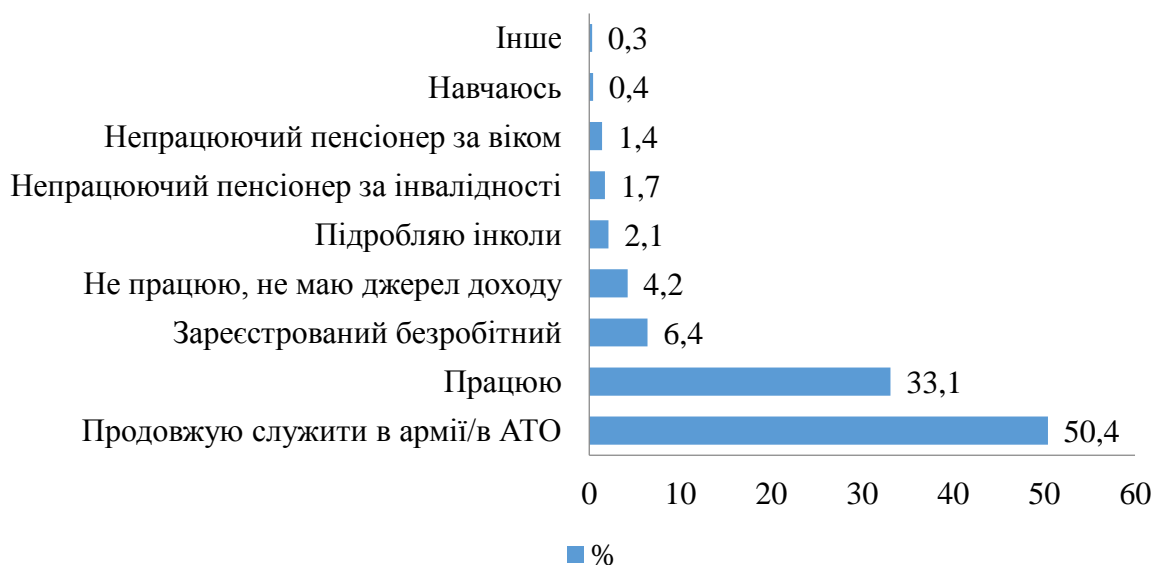


Рис. 2.1. Основний тип зайнятості учасників або ветеранів АТО/ООС

Основними причинами, через які учасники або ветерани АТО/ООС не працюють, були названі такі, як відсутність у місці їх проживання вільних/прийнятних робочих місць (36,3%) та неможливість працювати через проблеми зі здоров'ям (28,1%) (табл. 2.2).

Для визначення впливу факту перебування в зоні проведення АТО/ООС на нинішню працевлаштованість ветеранів, ми запитали про наявність роботи до участі в АТО/ООС. Так, до від'їзду в зону АТО/ООС працювали більше двох третин респондентів (78,6%), інші були непрацевлаштованими. Основні причини, через які учасники або ветерани не працюють наведені у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Основні причини, через які учасники або ветерани не працюють

Причини	%
У місці проживання відсутні вільні робочі місця	36,3
Немає можливості працювати через проблеми зі здоров'ям (поранення/інвалідність тощо)	28,1
Немає бажання працювати	10,4
Упереджене ставлення роботодавців до ветеранів АТО/ООС	7,4
Недостатньо кваліфікації/досвіду/освіти	5,9
Немає необхідності працювати	4,4
Інше	7,5

На момент опитування 35,8% учасників АТО/ООС з групи непрацевлаштованих до від'їзду в зону бойових дій отримали джерело постійного заробітку шляхом служби в армії; у той же час 8% ветеранів, які до від'їзду в зону бойових дій мали роботу, виявилися безробітними (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Зв'язок основного типу зайнятості і працевлаштуванням учасників та ветеранів АТО/ООС до від'їзду у зону бойових дій

Основний тип зайнятості ветеранів АТО/ООС	Працевлаштований до від'їзду у зону бойових дій	Непрацевлаштований до від'їзду у зону бойових дій
Продовжують служити в армії / в АТО/ООС	54,3	35,8
Працюють	34,8	30,1
Навчаються (студент, курсант, аспірант тощо)	0,1	1

Продовження табл. 2.3

Основний тип зайнятості ветеранів АТО/ООС	Працевлаштований до від'їзду у зону бойових дій	Непрацевлаштований до від'їзду у зону бойових дій
Підробляють у різних місцях залежно від обставин	1,4	4,7
Непрацюючий пенсіонер за віком	0,4	5,2
Непрацюючий пенсіонер за інвалідністю	1,6	2,1
Не працюють і не мають жодних джерел доходу	3,1	8,3

Зареєстрований безробітний	4,9	11,9
Інше	0,1	1,0

Отже, перебування в АТО/ООС неоднозначно вплинуло на працевлаштованість учасників, втім знайшли роботу в армії у чотири рази більше людей, ніж її втратили внаслідок перебування у зоні АТО/ООС. За даними державної служби зайнятості, офіційний статус безробітного станом на 1 серпня 2016 року мали 22,3 тис. учасників АТО/ООС [51].

Якщо порівняти працевлаштованість ветеранів АТО/ООС до від'їзду в зону бойових дій в розрізі областей проживання, то найбільший показник працевлаштування в Києві (88,5% працевлаштованих і 11,5% непрацевлаштованих), а найменший – у Кіровоградській області (64,6% і 35,4% відповідно). Ці дані корелюють з офіційною інформацією державної служби зайнятості про розподіл рівня безробіття (за методологією МОП) у першому кварталі 2016 року за областями. Так, найнижчий рівень безробіття спостерігався у Одеській (6,4%), Харківській та Київській областях (по 7,2%) та місті Києві (7,1%), а найвищий – у Тернопільській, Кіровоградській, Волинській (по 12,9%), Донецькій (14,8%) та Луганській (16,7%) областях [13].

Щодо віку безробітних з числа військовослужбовців, які брали участь в АТО, то найбільша частка таких серед осіб віком 35-44 роки (41%), 19% безробітних у віці 30-34 роки, 18% – старше 45 років, 16% – від 25 до 29 років, 6% – у віці 15-24 роки. Щодо освіти безробітних з числа військовослужбовців, які брали участь в АТО/ООС, то майже половину становлять особи з професійно-технічною освітою; 24% – з вищою, 28% – з початковою та середньою.

Опитані ветерани зазначають, що частина роботодавців не бажають брати на роботу ветеранів АТО/ООС. Щодо відсутності житла, то було виявлено значущий зв'язок між наявністю даної проблеми та типом населеного пункту, де проживає респондент: так, серед ветеранів, що живуть в обласних центрах, 20,3% вказували на проблему відсутності житла, тоді як серед тих, хто живуть в селах, таких всього 11%, а в районних центрах та інших містах – 14%. Також найчастіше про житлову проблему згадували ті ветерани, які живуть у Одеській області (26,5%) та м. Києві (19,5%), значно менше таких

відповідей було зафіксовано у відповідях тих, хто проживає у Кіровоградській області (7%). Серед тих, хто продовжує служити в армії, житлові проблеми хвилюють (21,9%). Зрозуміло, що ті респонденти, хто винаймає житло або проживає в гуртожитках, частіше зазначали проблему відсутності житла (34,9% та 29,9% відповідно). Характеризуючи стан свого здоров'я, трохи більше половини опитаних (58,3 %) оцінили його як таке, що мають й інші їхні ровесники, в той час як майже чверть ветеранів вважають, що мають більш серйозні проблеми зі здоров'ям (рис. 2.2) [41].

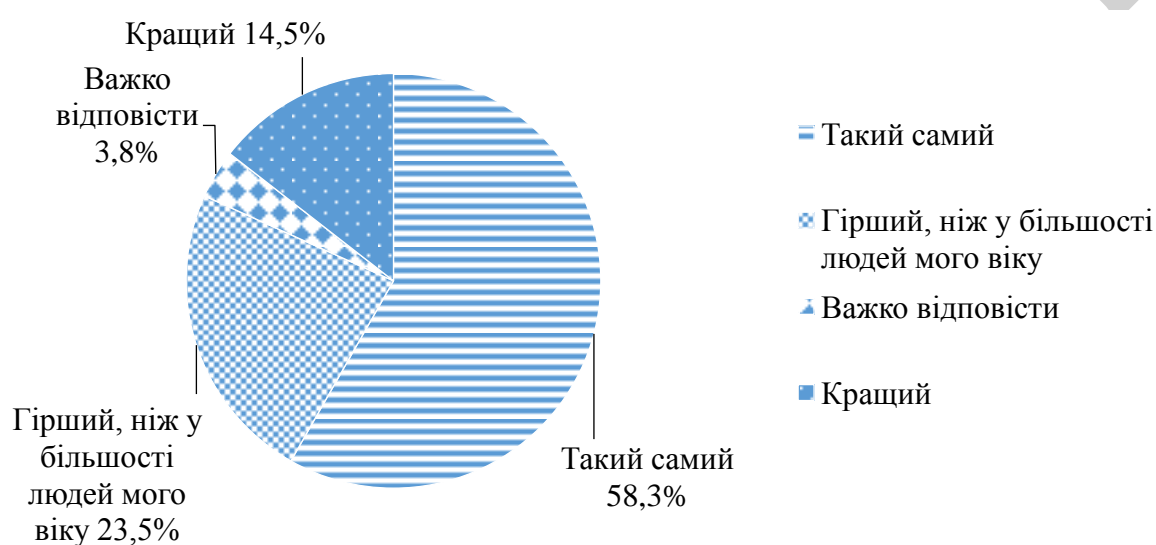


Рис. 2.2. Самооцінка здоров'я учасників та ветеранів у порівнянні з ровесниками

Як свідчать отримані дані, існує значущий зв'язок між оцінкою стану власного здоров'я та зазначенням ветераном проблеми зі здоров'ям як однієї з головних: чим гірше респондент оцінює власний стан здоров'я в порівнянні з іншими людьми, тим частіше він говорить про проблему зі здоров'ям. Також зазначення проблем зі здоров'ям корелює із сімейним станом респондентів: найбільше скаржаться розлучені (19,1%), менше – одружені (11,2%), а найменше – неодружені ветерани АТО/ООС (10,9%). Частіше за інших на власне здоров'я скаржаться сільські жителі (15,9%), менше – мешканці районних центрів (14,8%), обласних центрів (11,3%) та інших міст у цілому.

Також в ході дослідження намагався з'ясувати, як, на думку респондентів, перебування в АТО/ООС вплинуло на стан їхнього здоров'я.

Так, 46,9% опитаних вважає, що стан їх здоров'я погіршився внаслідок перебування у зоні АТО/ООС, практично стільки ж (47,8%) не бачать суттєвих змін, а 4% опитаних ветеранів навіть відчули позитивні зміни (рис. 2.3) [60].

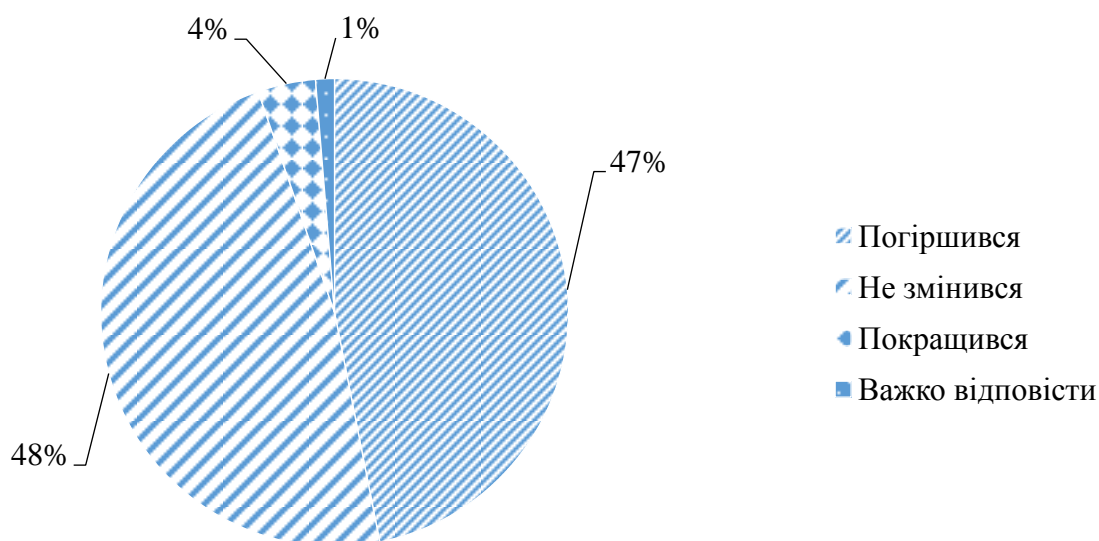


Рис. 2.3. Самооцінка динаміки стану здоров'я у зв'язку із перебуванням у зоні АТО/ООС

Було виявлено й значущий зв'язок між оцінкою змін стану здоров'я внаслідок перебування в АТО/ООС та участю в активних бойових діях. Більшість тих, хто має досвід участі у активних бойових діях, говорять одночасно й про погіршення стану свого здоров'я; більшість тих, хто не був «на передовій», свідчать про відсутність змін у власному здоров'ї (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Зв'язок між самооцінкою стану здоров'я та участю у бойових діях

Стан здоров'я	Брав участь у бойових діях	Не брав участі у бойових діях
Кращий	16,9	8,5
Такий самий	51,9	74,4
Гірший, ніж у більшості людей мого віку	27,4	13,2
Важко відповісти	3,8	3,8

Із вищенаведених даних можна зробити висновок, що різниця між тими, хто брав участь у бойових діях, та тих, хто не брав все-таки значуща. Якщо брати до уваги тих, хто брав участь, то вони запевняють, що мають кращий стан здоров'я – 16,9%, стан здоров'я не змінився – 51,9%, стан здоров'я гірше, ніж у більшості людей такого ж віку – 27,4%. Ті, хто не брав участі у бойових діях запевняють, що їх здоров'я покращилось – 8,5%, здоров'я залишилось без змін – 74,4%, стан здоров'я гірше, ніж було – 13,2%.

2.2. Роль держави у соціальному забезпеченні учасників та ветеранів АТО

Щоб виявити, яким чином задовольняються потреби ветеранів АТО/ООС на державному рівні та наскільки така підтримка їх задовольняє, ми запитали ветеранів про знання, досвід використання та задоволеність державними програмами та пільгами (табл. 2.5) [59].

Як свідчать дані, наведені в табл. 2.5, найменш відомою і затребуваною з усіх є програма отримання нової спеціальності, а найгірш реалізованою – програма з отримання земельних ділянок.

Із широко відомих програм найменш затребуваною виявилася саме ця програма. Існують деякі відмінності серед ветеранів АТО/ООС, які користуються пільговим медичним обслуговуванням, щодо їх соціально-демографічних характеристик (область проживання та тип зайнятості).

Таблиця 2.5

Знання, досвід використання та задоволеність учасників та ветеранів державними програмами та пільгами (%)

	Знання	Досвід	Задоволеність
--	--------	--------	---------------

Програма/пільга	Знає	Не знає	Користувався	Не користувався	Задоволений	Важко сказати задоволений чи ні	Не задоволений
Пільги у наданні медичного обслуговування	77	23	27	73	64,9	16,2	18,8
Пільги у користуванні транспортом	94	6	82	18	60,8	21,0	18,2
Пільги на житлово-комунальні послуги та послуги зв'язку	94	6	73	27	72,6	17,6	9,8
Програма отримання земельних ділянок	98	2	53	47	24,3	22,8	52,9
Програма зі сприяння отримання нової спеціальності	37	63	8	97	51,9	25,9	22,2

Так, найбільша кількість людей користується даною пільгою у Кіровоградській, Київській та Рівненській областях (40%, 30% та 30% відповідно), а найменш активними користувачами є мешканці Одеської області (17,6%).

Найбільша чисельність користувачів пільги – серед ветеранів АТО/ООС, які навчаються (66%); непрацюючих пенсіонерів за інвалідністю; серед тих, хто відмічає погіршення свого стану внаслідок перебування в АТО/ООС; а також тих, хто оцінює свій стан здоров'я як гірший за однолітків.

Найменше пільгами у наданні медичних послуг користуються респонденти, які продовжують служити в армії; ті, які працюють (21% та 28 % відповідно) та ті, хто не відмічають погіршення свого здоров'я.

Використання пільг на транспорт не залежить від матеріального становища респондентів, але серед учасників та ветеранів АТО/ООС, які мешкають у різних областях України, такі відмінності є. Так, у Києві та в Київській області дослідження зафіксувало найбільшу кількість людей, які користуються пільгами на транспорт, найменшу – у Запорізькій та Рівненській областях.

Серед соціально-демографічних характеристик, які впливають на активність користування пільгами на житлово-комунальні послуги та послуги

зв'язку, насамперед слід вказати такі, як наявність дітей, тип житлового помешкання та область проживання. Так, серед тих учасників та ветеранів АТО/ООС, у яких є діти, користуються пільгами 75,6 %, а серед бездітних – 67,4%). Ветерани та учасники АТО/ООС, що винаймають житло, найменш активно користуються пільгами на житлово-комунальні послуги та послуги зв'язку (49%), тоді як власники помешкання лідирують за активністю користування цією пільгою (83,7). У цілому даними пільгами найактивніше користуються мешканці Запорізької (81,9%) та Рівненської областей (79,8%), тоді як найменше – Одеської (63,5%) (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Користування пільгами на житлово-комунальні послуги та послуги зв'язку в залежності від області проживання

Область	Користуються пільгами	Не користуються пільгами
Київська	70,4	29,6
Київ	71,5	28,5
Кіровоградська	72,6	27,4
Одеська	63,5	36,5
Рівненська	79,8	20,2
Запорізька	81,9	18,1
Інші області	70,5	29,5

Таким чином, основні проблеми, що турбують ветеранів АТО/ООС – це фінансові труднощі, відсутність власного житла, порушення їхніх прав на соціальні гарантії, незадовільна державна політика, проблеми із власним здоров'ям та бюрократія державних органів при оформленні пільг. За характером трудової зайнятості, половина опитаних є військовими, цивільно працевлаштовані трохи більше третини опитаних, при цьому значна частка респондентів (більше 10%) не мають роботи.

Фактор від'їзду в АТО/ООС неоднозначно позначився на працевлаштуванні ветеранів після їх повернення до мирного життя. З одного боку, значна частка працевлаштованих до від'їзду в АТО/ООС після повернення стали безробітними, з іншого – більше третини непрацевлаштованих респондентів до від'їзду в зону бойових дій знайшли джерело забезпечення завдяки службі в

армії. Серед причин, через які безробітні ветерани АТО/ООС не працюють, переважає причина нестачі вільних і прийнятних робочих місць (36,3%) та неможливість працювати через проблеми зі здоров'ям (28,1%) [14].

Більше половини ветеранів, які брали участь в активних бойових діях, відмічають погіршення стану здоров'я внаслідок перебування в АТО/ООС, але разом із тим, незважаючи на складність умов, 53% опитаних орієнтовані на продовження військової кар'єри.

Щодо державних програм, які спрямовані на підтримку ветеранів, то слід зазначити, що респонденти найбільше обізнані з програмою з отримання земельних ділянок та пільгами на транспорт і житлово-комунальні послуги, найменше – з програмою, що сприяє отриманню нової спеціальності.

Найбільше респонденти задоволені реалізацією пільг на житлово-комунальні послуги та послуги зв'язку, а найменше – на отримання земельних ділянок.

Переважає більшість респондентів користуються одночасно двома-трьома пільгами або програмами.

Згідно з Законом України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» учасник бойових дій має право, зокрема, на такі пільги [14, 19, 49, 52]:

- 1) безплатне одержання ліків, лікарських засобів, імунобіологічних препаратів та виробів медичного призначення за рецептами лікарів;
- 2) першочергове безплатне зубопротезування (за винятком протезування з дорогоцінних металів);
- 3) безплатне забезпечення санаторно-курортним лікуванням або компенсації вартості самостійного санаторно-курортного лікування. Порядок надання путівок, розмір та порядок виплати компенсації вартості самостійного санаторно-курортного лікування визначаються Кабінетом Міністрів України;
- 4) 75-відсоткову знижку плати за житлово-комунальні послуги в межах норм, передбачених чинним законодавством, або тверде паливо та скраплений газ (за відсутності центрального опалення);
- 5) 50-відсоткову знижку абонентної плати за користування квартирним телефоном та позачергове встановлення на пільгових умовах квартирних

телефонів (оплата у розмірі 20 процентів від тарифів вартості основних та 50 процентів – додаткових робіт);

6) безплатний проїзд усіма видами міського пасажирського транспорту, автомобільним транспортом загального користування в сільській місцевості, а також залізничним транспортом приміського сполучення та автобусами приміських і міжміських маршрутів, незалежно від відстані та місця проживання;

7) першочергове забезпечення жилою площею осіб, які потребують поліпшення житлових умов, та першочергове відведення земельних ділянок для індивідуального житлового будівництва, садівництва і городництва, першочерговий ремонт жилих будинків і квартир цих осіб.

В Україні існує Комплексна програма забезпечення житлом військовослужбовців та членів їх сімей, проте внаслідок хронічного недофінансування ефективність зазначеної програми як інструменту вирішення житлових проблем військовослужбовців є вкрай низькою. Позитивним кроком є виділення в 2015 р. з державного бюджету 1140,5 млн. грн. на будівництво та придбання житла для військовослужбовців Збройних сил України, що дозволить Міністерству оборони збудувати та отримати понад 3 тис. квартир. До прикладу у 2019 році було видано 366 квартир сім'ям учасників та ветеранів АТО/ООС на сумму 377,04 млн грн [71, 65].

Щорічно до 5 травня учасникам бойових дій виплачується разова грошова допомога у розмірі, який визначається Кабінетом Міністрів України в межах бюджетних призначень, встановлених законом про Державний бюджет України. У 2020 році такі суми складали від 570 до 4120 грн в залежності від категорії [63, 30].

2.3. Рекомендації соціально-відповідальному бізнесу щодо соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС

Зараз такі часи, коли ми повинні показати свою підтримку тим, хто живий. Тим, хто не бачить ні сну, ні відпочинку. Тим, хто кожен день чує свист куль і снарядів, бачить смерть своїх друзів. Лише відчуваючи нашу підтримку, вони продовжують боротьбу, бо знають, що за ними стоїть народ України. Допомога військовослужбовцям може бути різною. Головне мати бажання. Навіть ті душевні листи від дітей надихають їх, дають наснагу далі жити і воювати. Але, на жаль, на одному бойовому духові перемоги не отримати, голими руками ворога не здолати, і від одного нашого бажання куля повз не пролетить. Солдатам треба їсти, їм треба пити, а взимку необхідний теплий одяг. Треба багато, дуже багато всього. Саме для того, щоб, по можливості, забезпечити необхідним воїнів створюються різноманітні волонтерські організації. Своїми силами і можливостями вони стараються допомагати хоробрим воїнам АТО/ООС. Але цього недостатньо. Потрібна допомога бізнесу. Соціально-відповідального бізнесу.

Часто, ризикуючи своїм життям, волонтери доставляють речі в зону бойових дій. Це дуже важка, відповідальна і ризикова місія, роботою це назвати не можна, адже робиться це лише на ініціативі, ніякого піару, заробітку, стабільної оплати. Але і вони не всесильні, їм теж потрібна допомога. Все треба дістати, все треба зробити, все треба купити.

Звісно однією допомогою питання не вирішити, війну не закінчити. Але для того, щоб гідно протистояти ворогові треба ресурси.

Теплі речі або предмети господарського призначення, засоби особистої гігієни, продукти харчування тощо. Воїнам потрібне дороговартісне озброєння, потрібна техніка. В цьому випадку допоможуть лише кошти. Кошти небайдужих бізнесів, які не хочуть аби на їх території панував хтось інший. Всі ми знаємо як страждав бізнес, який знаходився в АР Крим, під час нападу російських збройних формувань: просто відбирали без права голосу і «викидали» на вулицю тих, хто не хотів працювати за правилами окупантів. Щоб такого не було на Сході нашої держави, треба не допустити їх переміщення нашою територією. В єдності сила. Армія має силу, коли в неї надійний тил. Ми маємо таким стати. Головне стояти один за одного. Лише

згуртування, тільки взаємодопомога допоможуть нам перемогти. Чим може допомогти бізнес сьогодні наведено у рис. 2.4.

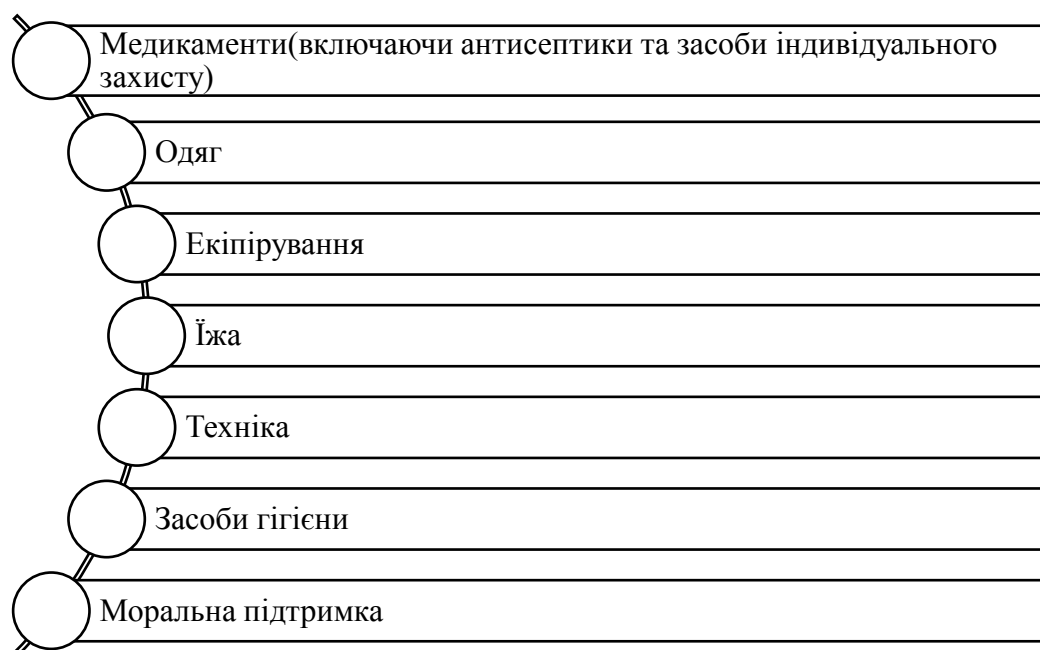


Рис. 2.4. Варіанти допомоги бізнесу учасникам АТО/ООС

Хтось може сказати, що допомога воїнам АТО/ООС – це завдання держави. Так це правда, але, нажаль, в цьому питанні вона виявилася не достатньо сильною, а армія розграбованою. Роками ми жили в мирі і не очікували нападу і загарбницьких бажань від нашого найближчого сусіда. Але так сталось. Держава допомагає та підтримує чим може, дивуватись не слід, бо протягом років країну грабували і не підтримували армію, вона почала розвиватись тільки у 2014 році. І якщо ми будемо стояти осторонь, ця війна може розтягнутись на роки. Завтра можуть на фронт піти вже наші чоловіки, брати, сини. І знову багато смертей. Завтра можуть опинитись під обстрілами вже інші міста і села [9].

Від початку збройного конфлікту на Сході нашої держави, міжнародна енергетична група Burisma всебічно допомагає захисникам України. Серед них бійці батальйону поліції особливого призначення «Полтава» [38]. Передають хлопцям насамперед паливо-мастильні матеріали, продукти харчування, запчастини та транспорт. Газовидобувники переконані, що забезпечувати всім

необхідним захисників Вітчизни – почесна місія кожної компанії та громадянина. У межах соціальних проєктів Burisma Group постійно надає благодійну та спонсорську допомогу не лише військовослужбовцям, які нині перебувають у зоні бойових дій, а й ветеранським організаціям воїнів-інтернаціоналістів і воїнів АТО/ООС [42, 6].

Хтось допомагає масками, хтось екіпіруванням, хтось продуктами, а хтось і технікою. Але не треба ще забувати що сьогодні є ще один ворог – невидимий.

Вірус COVID-19 захопив усю планету і щоб наші військові були в безпеці необхідно їм передбачити захисні маски та дезінфікуючі засоби. Тож беремо приклад з інших і допомагаємо нашій країні вистояти.

Висновки до розділу 2

Анексія Автономної Республіки Крим і початок збройного конфлікту на Сході України стали новими викликами нашої країни у 2014 році та актуалізували питання адекватного реагування на них, зокрема в соціально-економічній сфері. У часи пандемії вірусу COVID-19 теж постає величезне питання виживання наших воїнів на сході.

Учасників АТО/ООС віднесено до категорії учасників бойових дій, що надає їм право користуватися гарантіями соціального захисту ветеранів війни, а також в країні створено Державну службу України у справах ветеранів війни та учасників антитерористичної операції, на яку покладено завдання соціального захисту ветеранів війни та учасників АТО/ООС.

Згідно з Законом України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» учасник бойових дій має право на 7 різних пільг, а ще виплат.

У даному розділі розглядається аналіз сучасного стану життя, їх задоволеність, а також рівень забезпеченості пільгами державою учасників та ветеранів АТО/ООС і т. д. Учасники та ветерани захищені в нашій державі, але

в більшій мірі тільки на папері. Багато є проблем. Однією з яких є забезпеченість наших воїнів усім необхідним. Бізнес постійно надає благодійну та спонсорську допомогу не лише військовослужбовцям, які нині перебувають у зоні бойових дій, а й ветеранським організаціям воїнів-інтернаціоналістів і воїнів АТО/ООС. Сьогодні вірус COVID-19 захопив усю планету і щоб наші військові були в безпеці необхідно їм передбачити захисні маски та дезінфікуючі засоби.

Тільки разом із соціально-відповідальним бізнесом і спільними зусиллями можна перемогти двох ворогів: вірус та злочинців на Сході.



© КЛИМЕНКО О.В.

РОЗДІЛ 3
РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО
ЗАХИСТУ УЧАСНИКІВ ТА ВЕТЕРАНІВ АТО/ООС
ЗА УЧАСТЮ АТ «НОВИЙ СТИЛЬ»

3.1. Характеристика підприємства АТ «Новий стиль»

Nowy Styl – це сучасні офісні крісла для керівників і персоналу; стільці для відвідувачів і м'які меблі для зон очікування; меблі для кафе і домашніх інтер'єрів; офісні меблі; меблі для готелів і навчальних закладів.

Nowy Styl Group забезпечує мільйони споживачів у всьому світі якісними меблями, що надає необмежені можливості для створення різних інтер'єрів. Виробляють меблі для офісів, навчальних закладів, культурних і розважальних центрів, спортивних об'єктів, кафе, барів, ресторанів і домашніх інтер'єрів. У їхньому асортименті ви знайдете стильні меблі на будь-який смак. Меблі від Nowy Styl Group експортуються в обсязі 65%, обирають споживачі в 60 країнах світу на 6 континентах[47].

Історія АТ «Новий стиль» в датах:

1992 – починає свою роботу перше виробниче підприємство Nowy Styl Group в Польщі;

1997 – заснування компанії «Новий Стиль» - офіційного представництва Nowy Styl Group в Україні;

1999 – компанія «Новий Стиль» створює власний завод з виробництва крісел і стільців в Україні;

1999 – відкриття офіційного представництва Nowy Styl Group у Франції;

2001 – нагородження виробничого підприємства «Новий Стиль» (Україна) медаллю від імені Президента України за великий внесок у розвиток економіки країни і створення позитивного іміджу держави на міжнародній арені;

2002 – відкриття офіційного представництва Nowy Styl Group в Великобританії;

2004 – відкриття офіційного представництва Nowy Styl Group в Німеччині;

2004 – відкриття офіційного представництва компанії «Новий Стиль» в Росії;

2004 – Nowy Styl Group постачає меблі для олімпійських об'єктів в Афінах;

2005 – Nowy Styl Group починає виробництво меблів;

2005 – Українська завод «Новий Стиль» долає рубіж виробництва 300 000 крісел і стільців на місяць;

2006 – Nowy Styl Group виводить на ринок торгову марку BN Office System;

2007 – Nowy Styl Group виводить на ринок торгову марку Forum Seating; відкриття офіційного представництва компанії «Новий Стиль» в Казахстані;

2009 – Система сидінь Forum Seating встановлюються на стадіони ПАР, які беруть участь в Чемпіонаті світу з футболу;

2013 – Відкриття шоу-руму в Москві, Росія;

2014 – Відкриття нового виробництва та шоу-руму в Ясло, Польща;

2017 – Перемога в тендері на обладнання 6-ти стадіонів для Чемпіонату світу з футболу 2022 року в Катарі сидіннями ТМ Forum Seating;

2018 – Nowy Styl Group купує 60% акцій компанії Stylis Dubai (оснащення готелів класу «Люкс»), освоюючи новий сегмент ринку, а також укладає договір про партнерство з американською корпорацією HNI. Вихід на ринки Північної Америки, Азіатсько-Тихоокеанського регіону і Австралії.

Глобальні масштаби діяльності Nowy Styl Group, великий асортимент і висока якість продукції, а також широкі виробничі можливості дозволяють їм успішно справлятися із замовленнями будь-якої складності, йдучи назустріч побажанням їхніх клієнтів.

Nowy Styl Group – одна з найбільших меблевих компаній. Невелике підприємство, засноване в Польщі, менш ніж за 2 десятиліття перетворилося в найбільший європейський меблевий холдинг, який об'єднує компанії в

12 країнах світу. Перше підприємство Nowy Styl Group було відкрито в 1992 році. На момент заснування асортимент продукції компанії включав всього 3 крісла, а штат складався з 7 співробітників.

На сьогоднішній день, група компаній Nowy Styl Group є одним з найбільших виробників офісних меблів і меблів для сидіння. Виробничі підприємства Nowy Styl Group, розташовані в Польщі, Україні, Росії мають потужну технологічну базу і замкнутий цикл виробництва. Nowy Styl Group виробляє і реалізує меблі під 3 торговими марками: Nowy Styl, BN Office System і Forum Seating. Меблі від Nowy Styl Group завоювала всесвітню популярність завдяки високій якості, оригінального дизайну і продуманій ергономіці[47].

Компанія «Новий Стиль» (Україна, Харків) була заснована в 1997 році в якості дистрибуційного підприємства Nowy Styl Group. Однак уже в 1999 р. компанія розпочала власне виробництво крісел та стільців під торговою маркою Nowy Styl. Сьогодні підприємство «Новий Стиль» є найбільшим гравцем меблевого ринку і лідером у виробництві крісел і стільців в країнах СНД і Східної Європи.

Компанія виробляє близько 4 000 000 крісел і стільців на рік, має 2 офіційних представництва в Росії і Казахстані, а також понад 2000 дилерів в 20 країнах світу. Пропозиція компанії «Новий Стиль» включає меблі ТМ Nowy Styl власного виробництва, а також продукцію торгових марок Nowy Styl, BN Office System і Forum Seating виробництва Польщі. Комплексний асортимент і різноманітність продукції трьох торгових марок дозволяє знаходити оптимальні рішення навіть для найважчих проектів і найвимогливіших клієнтів.

Характеристика внутрішнього і зовнішнього середовища АТ «Новий стиль» включає аналіз макросередовища (PEST-чинники), які представлені в таблиці 3.1 і мікросередовища: безпосереднє оточення (постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, контактні аудиторії); внутрішнє середовище (організація управління, маркетинг, технологія, персонал, фінанси).

Зовнішнє середовище підприємства – це чинники й умови, що перебувають поза підприємства та існують незалежно від нього, але

впливають або можуть впливати на його функціонування. Загальною рисою факторів зовнішнього середовища є не контрольованість їх з боку підприємства, оскільки вони не залежать від нього[3].

Таблиця 3.1

PEST-фактори, які впливають на підприємство

Політичні	Економічні
1. Постійні зміни в законодавстві 2. Сертифікація товарів 3. Пасивна інвестиційна політика 4. Жорстка кредитна політика	1. Нестабільна економічна ситуація в країні 2. Інфляційні процеси 3. Жорстке оподаткування 4. Високий рівень безробіття 5. Коливання курсу національної валюти 6. Високий ступінь інтенсивності конкуренції
Соціально-демографічні	Технологічні
1. Динаміка демографічних факторів 2. Зниження доходів споживачів 3. Міграція населення країни 4. Зміни в потребах та смаках споживачів	1. Впровадження інноваційних проєктів 2. Розробка модернізованих продуктів 3. Використання високоякісної сировини 4. Підвищення рівня механізації та автоматизації праці 5. Заміна обладнання більш потужним та прогресивним

Говорячи про вплив політичного середовища можна сказати, що підприємство перебуває в очікуванні змін, які можуть відбутися в законодавчій базі і позначитися на його діяльності.

Фактори економічного становища: девальвація національної валюти, високий темп інфляції, пакувальних та інших матеріалів, які впливають на собівартість готової продукції спричиняють загрозу зниження платоспроможності підприємства і втрату економічного ефекту за певний період, якщо оборотні активи підприємства знаходяться в національній валюті.

Крім того, підприємство буде вимушене підвищити ціни на продукцію, що в умовах зниження платоспроможності населення знизить попит на продукцію. Для того, щоб зрозуміти яким чином нівелювати слабкі сторони підприємства за рахунок сильних сторін та можливостей, а також зменшити рівень впливу зовнішніх загроз, необхідно побудувати складну матрицю SWOT-аналізу.

Серед сильних сторін SWOT-аналізу слід виділити такі пункти як:

1) використання сучасного європейського обладнання, що позитивно впливає на рівень продуктивності праці (зменшуючи використання людської праці, тим самим отримуючи менший рівень браку);

2) участь у вітчизняних та міжнародних виставках, наявність нагород – дозволяє заявити про себе на зарубіжних ринках, тим самим з'являється подальша можливість співпраці з іноземними клієнтами (отже, розширення ринків збуту);

3) надання гарантії на весь асортимент продукції впливає на вибір споживача при купівлі меблів, адже даний аспект відіграє важливе значення в після продажному обслуговуванні, на що клієнти теж звертають увагу.

Однією із слабких сторін є збільшення рівня зносу обладнання, що підвищує витрати на амортизацію. Задля запобігання можливого ризику збільшення витрат, пов'язаних з амортизацією, було запропоновано впровадити нове обладнання для підвищення загального рівня його придатності, а також збільшити обсяги виробництва та підвищити рівень продуктивності праці.

У полі «Можливості» слід виокремити стабільність попиту на вироби, що є підтвердженням щорічного збільшення обсягів реалізації продукції. Хоча попит на меблі можна назвати сезонним. Згідно спостережень незалежного експерту було виявлено, що пік придбань меблів припадає на середину осені та місяць грудень, а також середина весни відзначаються збільшенням інтересу до придбання меблевих виробів.

Ведучи мову про існуючі загрози для діяльності підприємства, то воєнні дії на Сході України призвели втрати ринків збуту і в цілому були причиною спаду у виробництві протягом 2014-2015 років.

Проведенням SWOT-аналізу керівництво отримує більш чітке уявлення про переваги та недоліки підприємства, а також ситуації на ринку. Це дає можливість обрати оптимальний шлях розвитку, мінімізувати загрози і максимально ефективно використати ресурси, що є у наявності. Методика

SWOT-аналізу є простим та доступним і при цьому ефективним способом оцінки стану підприємства.

Складна матриця SWOT-аналізу наведена у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Складна матриця SWOT-аналізу АТ «Новий стиль»

	<p>Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Різноманітний асортимент товарів; 2. Висока якість продукції (наявність потрібних сертифікатів якості); 3. Сучасне європейське обладнання та новітні технології; 4. Високий рівень менеджменту в компанії; 5. Участь у вітчизняних та міжнародних виставках, наявність нагород; 6. Працівники є грамотними та кваліфікованими фахівцями з величезним досвідом роботи; 7. Наявність власної лабораторії для проведення тестування меблів; 8. Надання гарантії на весь асортимент продукції (термін 1-2 роки) 	<p>Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення залишків товарної продукції на складі; 2. Скорочення показника фондовіддачі/підвищення показника фондомісткості; 3. Зниження рівня ефективності використання основних засобів; 4. Збільшення рівня зносу обладнання; 5. Погіршення фінансових результатів (в порівнянні з попередніми роками).
<p>Можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Посилений державний контроль за конкуренцією (ведення активної антимонопольної політики); 2. Посилення контролю за стандартами якості товару; 3. Стабільність попиту; 4. Консервативність споживача (населення здебільшого підтримує вітчизняного виробника); 5. Доступ до новітніх технологій; 6. Зниження безробіття; 7. Розширення ринків збуту на міжнародній арені 	<p>Розширення ринків збуту на міжнародній арені за рахунок високої якості продукції, що не поступається іноземним виробником та наявність потрібних сертифікатів та дозволів.</p>	<p>Впровадження нового обладнання для підвищення загального рівня його придатності, збільшення обсягів виробництва та підвищення рівня продуктивності праці.</p>

--	--	--

Продовження табл. 3.2

	Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Загрози:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабільна політична ситуація; 2. Скорочення попиту через пандемію Covid-19; 3. Наявність конкурентів; 4. Зменшення чисельності населення; 5. Зростання цін на комунальні послуги; 6. Зменшення рівня платоспроможності населення; 7. Скорочення ринків збуту через воєнні дії; 8. Девальвація гривні 	<p>Утримання позицій на ринку за рахунок високої якості і широкої номенклатури продукції.</p>	<p>Розвиток SMM, головною метою якого є підвищення рівня впізнаваності бренду, що дозволить збільшити обсяги реалізації (як наслідок – скорочення залишків готової продукції).</p>

Таким чином, аналізуючи дані слід відмітити, що для найбільш ефективного функціонування підприємство повинно обрати стратегію концентрованого зросту, а саме стратегія посилення позиції на ринку.

3.2. Заходи щодо удосконалення соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС за участю АТ «Новий стиль»

Характерною ознакою сучасного етапу розвитку вітчизняного ринку меблів є соціальна направленість на споживачів. Цей факт зумовлює актуальність проведення відповідних заходів, одними з яких є відкриття власних точок продажу, що дасть змогу удосконалити організацію збутової діяльності. Сучасна індустрія меблевого бізнесу постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища [44]. В якості сфери підприємницької діяльності меблева компанія виконує соціальні (задоволення потреб споживачів) та економічні функції (підприємницька одиниця). Економічні функції розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва та обігу продукції, що забезпечує меблевому бізнесу певні переваги в порівнянні з іншими галузями народного господарства. Перш за все, це перспективна галузь для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидку оборотність вкладених засобів. Прибуток від інвестування складає близько 15-25 %, що зацікавлює нових учасників цього ринку і стимулює його поширення [48].

У теперішній час можна прослідкувати існування різноманітних концепцій організації меблевого бізнесу на локальному ринку, що забезпечує, з одного боку, підтримку одне одному, а з іншого – створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат, збільшенню прибутку [64].

Для сучасних меблевих компаній важливим є забезпечення належного рівня сервісу під час обслуговування споживачів, оскільки сьогодні така проблема є актуальною для багатьох організацій. Це пов'язано з тим, що у галузі відбуваються значні зміни: розвиваються сучасні форми обслуговування, стають популярними європейські стандарти й технології, зростають вимоги до рівня сервісу обслуговування споживачів у закладах. Якщо відбуваються зміни у сучасному світі, а компанія планує й надалі отримувати великі прибутки і мати задоволеного споживача, то компанія

повинна рухатись в ногу з часом [64, 10]. Компанія «Новий стиль» має дуже гарних фахівців відділу маркетингу та продажу, але цього недостатньо для опрацювання клієнтів, їх заохочення, підвищення їх соціального значення і т.д.

Шляхом удосконалення соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС в компанії пропонується організувати відкриття сучасного шоу-руму та коуч-закладу АТ «Новий стиль» в м. Харків.

3.2.1. Відкриття шоу-руму

Шоу-рум – це перспективний і прибутковий бізнес. Приватні торгові точки, які реалізують будь-яку продукцію, можуть забезпечувати товарообіг на десятки та сотні тисяч гривень.

У класичному розумінні шоу-рум – це модні тренди з-за лаштунків, місце, де збираються люди, які знають сенс в сучасному дизайні меблів. Проте, інтерпретація формату виглядає дещо інакше, але це не змінює того, що клієнти хочуть бачити в таких торгових точках щось особливе. Важливо забезпечувати кожному відвідувачу індивідуальний підхід, всім без винятку. Дуже часто найбільші покупки робить людина, яка навіть не є цільовою аудиторією.

Відкрити шоу-рум з нуля не складе складності, адже по суті це звичайний магазин, в якому представлена оригінальна або дизайнерська продукція за прийнятними цінами. Вітчизняні шоу-руми також організовують продажу техніки, матеріалів для будівельних і оздоблювальних робіт. Виставкові зали показують товари іменитих брендів і початківців виробників.

Перший варіант розрахований переважно на дилерів і оптових клієнтів, у другому випадку шоу рум є економічною альтернативою оренді торгових площ для початківців модельєрів або дизайнерів, виробництво яких ще не таке велике [23].

Приміщення для шоу-руму можна вибрати будь-яке. Головне, щоб це приміщення було легко доступне споживачу. Це може бути орендований офіс 40-60 квадратних метрів, наймана квартира або просто склад. Щоб триматися на плаву і конкурувати з іншими підприємцями, потрібно продавати якісні, недорогі і модні меблі [54].

Пропонується відкрити шоу-рум з продажу меблів з відмінною можливістю для учасників і ветеранів АТО/ООС купувати продукцію компанії за ціною для дилерів. Жителям Харкова і Харківської області більше не доведеться турбуватися про те, де купити сучасні і функціональні меблі, а з відкритою можливістю для учасників та ветеранів АТО/ООС придбати товари по ціні для дилерів компанія не тільки популяризує бренд і збільшить прибуток, а й стане показовим прикладом для інших. Приміщення повністю буде відповідати сучасному дизайну, тут будуть як ексклюзивні меблі, так і звичайні з каталогу. В шоу-румі можна буде знайти цікаві рішення дизайну, тут можна відкрити для себе нові механізми, дякуючи яким мебельні вироби мають свій магічний шарм.

Крім того, кожен покупець в шоу-румі матиме можливість скористатися послугами індивідуального дизайнера, який допоможе з вибором тих чи інших меблів або замовити доставку додому.

З першого дня відкриття буде працювати чуйний, а головне – професійний персонал, який буде обізнаний у будь-яких питаннях, які стосуються меблів.

Для організації діяльності шоу-руму необхідно наймати багато працівників. Штат включатиме менеджерів з продажу, кур'єрів, консультантів і в разі потреби технічних фахівців. Покрокова інструкція такої торговельної точки не буде особливо відрізнятися від варіанту звичайного роздрібного магазину.

Неможливо конкретно сказати, скільки коштує відкрити шоу рум з нуля, так все визначається напрямом і масштабом бізнес-проєкту. Але в середньому стартові вкладення становлять близько 300 тисяч. Крім витрат на старті необхідно щомісяця вводити в обіг певну суму для розширення бізнесу.

Це треба враховувати, щоб створити те, що називають «фінансовою подушкою безпеки». Ігноруючи цю вимогу можна зіткнутися з досить поширеною проблемою, коли начебто успішна і прибуткова компанія закривається через деякий час через відсутність коштів для фінансування.

У торговельній сфері середня закрутка рентабельності становить від 20 до 200%. На ексклюзивну продукцію, яку, як правило, продають в шоу-румі, краще робити націнку 100-150%. Таким чином можна створити перевагу перед конкурентами і окупити вкладені кошти в короткі терміни.

Шоу-рум «Nowy styl» буде розташований у центральній частині міста, матиме сучасне дизайнерське оформлення у стилі лофт та якісне технічне облаштування[67, 66, 24].

Основними перевагами Шоу-рум «Nowy styl» на ринку ми бачимо доступні ціни, а саме знижені ціни для учасників та ветеранів АТО/ООС, наявність ігрового простору, кваліфікований персонал [25].

Наше підприємство планує наступні способи проведення рекламної кампанії:

- 1) розробка веб-сайту, де можна буде ознайомитись з майбутнім закладом;
- 2) роздача рекламних листівок Шоу-румів з адресою, схемою розташування, QR-кодом та інформацією про заклад за 10 днів до відкриття закладу та надалі один раз у тиждень;
- 3) Розповсюдження в соціальній мережі Instagram та Facebook інформації про заклад та спеціальні пропозиції.

Основні переваги закладу:

- 1) унікальність у своєму сегменті, яка полягає в поєднанні зони відпочинку – ігрової зони та торговельним майданчиком;
- 2) наявність унікальної ідеї для поширення у маси;
- 3) організація корисного для розвитку особистості дозвілля.

Штат шоу-румів буде складатись з семи осіб (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

ФОП з урахуванням ЄСВ (22%)

№	Посада	К-сть	ФОП з ЄСВ, грн
1	Адміністратор	1	16 000
3	Менеджер з продажу	1	15 000
4	Кур'єр	1	12 000
6	Консультант	2	24 000
7	Технічний фахівець	1	12 000
8	Прибиральник	1	8 000
Всього		7	87 000

Загалом затрати на відкриття шоу-руму складають 872 000 грн. Інвестиції підуть на ремонт приміщення, сантехніку, технічне обладнання, меблі для персоналу та клієнтів, квіти, перший місяць оренди приміщення, перший місяць заробітної плати працівникам, комунальні платежі та рекламу.

План заходів розглянемо за допомогою діаграми Ганта (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Діаграма Ганта

№	Дата				
	01.05.2021-01.07.2021	До 01.06.2021	До 01.07.2021	До 25.08.2021	01.09.2021
1.	Реєстрація шоу-руму				

Продовження табл. 3.4

№	Дата				
	01.05.2021-01.07.2021	До 01.06.2021	До 01.07.2021	До 25.08.2021	01.09.2021
2.		Проведення переговорів щодо поставки меблів та необхідного обладнання/договір оренди приміщення			
3.			Пошук кадрів		
4.				Анонсування відкриття закладу/реклама	
5.					Відкриття закладу/приймання перших

					відвідувачів
--	--	--	--	--	--------------

3.2.2. Відкриття коуч-закладу

Coach-заклад – це унікальне в своєму сегменті місце для розвитку особистості, де атмосфера пронизана мотиваційною підтримкою. Інформаційне наповнення закладу здійснюється за рахунок запрошення видатних фахівців, професіоналів своєї справи, проведення тематичних заходів для різних категорій населення, враховуючи можливість вивчення іноземних мов, із супроводом мотиваційних банерів, листівок та тематичних добірок. Все це поєднується з яскравим інтер'єром закладу.

Заклад спрямований на забезпечення належних умов для учасників та ветеранів АТО/ООС, а саме:

- 1) наявність простору для проведення різноманітних івентів, лекторіїв, тренінгів щодо допомоги від держави та бізнесу, про права та можливості учасників та ветеранів АТО/ООС;
- 2) підвищення рівня мотивації особистості у різних формах, спонукаючи їх до вагомих звершень, які вони бажають реалізувати в своєму житті;
- 3) організація зустрічей зі спікерами для зацікавлених людей у різних сферах життєдіяльності, в тому числі і виїздних;
- 4) доброзичлива і приємна атмосфера поєднуються з цікавими людьми та їх духовним насиченням.

Метою такого закладу буде задоволення потреб споживачів якісною послугою та інформаційним контентом: підвищення правової, економічної, соціальної свідомості населення, професійне становлення особи, організація корисного та активного дозвілля для різних категорій населення, допомога в обранні власного вектору розвитку. А його місією – формування людини як особистості, трансформація взаємовідносин у соціумі шляхом розуміння психологічної складової особистості та її поведінкових особливостей;

поширення ідеї здорового способу життя та позитивізація настрою населення.

Цінності – це чесність та повага до людей.

Основні переваги закладу:

- 1) унікальність у своєму сегменті, яка полягає в поєднанні зони відпочинку, co-working зони та їх мотиваційно-інформаційному наповненні;
- 2) наповнення якісною інформацією, на яку існує великий попит у населення;
- 3) наявність унікальної ідеї для поширення у маси;
- 4) концепція відсутності алкогольних напоїв;
- 5) організація корисного для розвитку особистості дозвілля;
- 6) наявність позицій у меню, які відсутні в інших закладах.

Сфера послуг – це сфера стрімкого розвитку та інвестицій. Сьогодні дана сфера є дуже перспективною. Попит населення на надання різних якісних послуг зростає. Варто зазначити, що у розвинутих країнах сфера послуг є найбільшим сектором економіки. У ній працює в середньому 65-75% зайнятого населення, на неї припадає 50% обсягів капіталовкладень, 63-74% ВВП [70].

«СОАСН-заклад» надаватиме інформаційні послуги та послуги харчування.

Послуги харчування – включають, в основному, послуги, метою яких є приготування харчових продуктів і напоїв для клієнтів.

Інформаційні послуги – включають послуги з розвитку розумових здібностей людей, а також послуги, призначені для організації дозвілля.

Також у закладі буде здійснюватися продаж канцелярських товарів з власним логотипом, які завжди будуть у нагоді для відвідувачів інформаційних заходів.

У «СОАСН-закладі» буде об'єднано сферу інтелектуального розвитку зі сферою відпочинку в тому числі для учасників та ветеранів АТО/ООС. Планується створити комфортні умови, як для проведення різних заходів, так і для можливості організації власного дозвілля.

Простір ділиться на дві зони: зона активності та зона відпочинку [69].

1) зона активності – адаптоване приміщення для проведення івентів; індивідуальний підхід до кожного заходу; простір обладнаний необхідною технікою для зручної та ефективної роботи спікерів; приміщення дозволяє проводити ярмарки, школи, тренінги, курси, презентації тощо; можливість розміщення реклами та залучення партнерів на заходи; можлива денна та погодинна оренда відповідного приміщення;

2) зона відпочинку – це затишна, доброзичлива атмосфера і гідний сервіс; смачна кухня з напоями, що включає в себе смачні страви та оригінальну подачу напоїв; організація кава-брейку під час проведення заходів; розміщення меблів сегменту КаБаРе, розвиваючої літератури (найпопулярніші добірки літератури різних жанрів вітчизняних та зарубіжних авторів), стенду з анонсами заходів; наявність міні екзит-полу – ідеального та непоширеного у Харкові формату збору відгуків та вражень; систематичне, короткочасне проведення мотивацій-них або освітніх інтерактивів, бліц-опитувань, тестів тощо.

У сфері послуг багато що залежить від співробітників закладу. Їх професійний досвід, коректна поведінка, індивідуальний підхід до кожного клієнта є гарантом гарної репутації всього закладу.

Окремого розгляду заслуговує також питання рекламної діяльності Coach-закладу «СОАСHer». На початковому етапі існування вкрай важливо проінформувати потенційних споживачів про заклад, його послуги, їх якість та підкреслити позитивні сторони .

Основними перевагами Coach-закладу «СОАСHer» на ринку ми бачимо доступні ціни, наявність спеціальних навчальних занять, кваліфікований персонал.

Наше підприємство планує наступні способи проведення рекламної кампанії:

1) Розробка веб-сайту, де можна буде ознайомитись з майбутніми заходами, зареєструватись та оплатити участь за допомогою системи електронних платежів;

2) Роздача рекламних листівок Coach-закладу з адресою, схемою розташування, QR-кодом та інформацією про заклад за 10 днів до відкриття

закладу та надалі один раз у тиждень;

3) Розповсюдження плакатів з мотиваційним зображенням, а також адресою, схемою розташування за 10 днів до відкриття Coach-закладу та надалі один раз у місяць;

4) Розповсюдження в соціальній мережі Instagram та Facebook інформації про заклад та найближчі заходи.

Для успішного розвитку бізнесу необхідно сформувати справжню команду, яка буде діяти на благо спільної справи. Для початку потрібно підібрати персонал, який на першому етапі роботи закладу зможе привернути до нього увагу, допомагаючи формувати позитивні відгуки про новий проєкт. А потім, по ступеню розвитку і розширення діяльності, знадобиться підвищення кваліфікації працівників закладу (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

ФОП з урахуванням ЄСВ (22%)

№	Посада	К-сть	ФОП з ЄСВ, грн
1	Адміністратор	1	12 200
3	Старший офіціант	1	10 370
4	Офіціант	2	19 520
6	Бармен	1	9 760
7	Шеф-кухар	1	10 370
8	Кухар	1	9 760
9	Працівник залу	1	9 150
Всього			81 130

План заходів розглянемо за допомогою діаграми Ганта (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Діаграма Ганта

№	Дата				
	01.05.2021-01.07.2021	До 20.06.2021	01.07.2021-31.08.2021	До 01.09.2021	01.09.2021
1.	Реєстрація коуч-закладу				
2.		Проведення переговорів щодо			

		поставки меблів та необхідного обладнання/договір оренди приміщення			
3.			Аналіз конкурентів/пошук кадрів		
4.				Проведення рекламної кампанії	
5.					Відкриття закладу

Буде обладнано комфортний простір, в якому буде поєднано зону відпочинку з со-working зоною. Буде здійснено мотиваційно-інформаційне наповнення відповідних зон. Атмосфера у закладі буде сприяти формуванню у споживача гарного настрою, заряджати його енергією та позитивом.

Дуже важливим та актуальним сьогодні є активізація учасників та втеранів АТО/ООС у різних сферах життя. Заклад матиме позитивний вплив на особистісний розвиток, формуючи здорове уявлення про світ.

Також, буде сформовано систему проведення заходів, які включатимуть в себе: зустрічі з відомими людьми, тренінги, школи, заняття, лекторії, а також заходи спрямовані на підвищення правової, економічної, соціальної свідомості.

3.3. Оцінка ефективності запропонованих заходів

В данному підрозділі буде проводитись оцінка ефективності запропонованих вище заходів.

3.3.1. Оцінка ефективності відкриття шоу-руму

Для оцінки економічної ефективності відкриття шоу-руму використаємо

наступний набір критеріїв: чистий дисконтований дохід (NPV), індекс дохідності (ІД) та період окупності інвестицій (ПО).

Для розрахунку показника NPV використаємо формулу:

$$NPV = -K + \frac{\Delta\Pi_n}{(1+i)^n} \quad (3.1)$$

де K – сума капітальних інвестицій для впровадження заходів, тис. грн;
 $\Delta\Pi$ – річний приріст суми прибутку, отриманого в результаті впровадження заходів, тис. грн;

i – ставка норми дисконту, розрахована за допомогою формули Фішера та враховує ризики та інфляцію;

n – період розрахунку, років.

Ставка дисконту з урахуванням інфляції дорівнює: 28%

Середній чек шоу-руму – 4000 грн. Середній показник відвідування за день – 50%. К-сть людей за день становить – 20 осіб.

Розрахуємо прибуток за один день роботи шоу-руму $=20*4000*0,5=$
 $= 40\ 000$ в день, відповідно за рік прибуток складатиме 14 160 000 грн.

Затрати в місяць з урахуванням ФОП, комунальних послуг, оренди приміщення і поставки товару складає 272 000 грн [53].

$$\text{Дохід} = 14\ 160\ 000 - (272\ 000 * 12) = 10\ 896\ 000 \text{ грн};$$

Розрахуємо розмір чистого дисконтованого доходу використовуючи розмір прибутку з та без урахування рівня ризику.

1) NPV заходу:

$$NPV = -872\ 000 + \left(\frac{14\ 160\ 000}{1,28} \right) = 10\ 190\ 500;$$

Наступним кроком при оцінці економічної ефективності реалізації запропонованих заходів є розрахунок індексу дохідності (ІД) використовуючи формули 3.2.

$$ID = \frac{ДП}{К} \quad (3.2)$$

де ДП – величина продисконтованого грошового потоку, тис. грн;
Аналогічно проведемо розрахунок показника з та без урахування рівня ризику.

2) ID заходу:

$$ID = \frac{3\,639\,500}{872\,000} = 4,17$$

Далі розрахуємо період окупності інвестицій, вкладених у реалізацію заходів за допомогою формули 3.3 відповідно, з урахуванням та без урахування рівня ризику.

$$ПО = \frac{К}{\frac{ДП}{n}} \quad (3.3)$$

3) ПО заходу:

$$ПО = \frac{872\,000}{3\,639\,500} = 0,24 = 2 \text{ міс. та } 26 \text{ дн.}$$

Розраховуючи чистий дисконтований дохід, індекс доходності та період окупності, можна стверджувати, що проєкт є економічно доцільним та має економічну окупність шоу-руму.

3.3.2. Оцінка ефективності відкриття коуч-закладу

Капітальні витрати проєкту складаються з витрат на придбання побутового обладнання, меблів, декору та вартості оренди приміщення становлять 620 800 грн.

Для оцінки економічної ефективності відкриття Coach-закладу «СОАСНег» використаємо наступний набір критеріїв: чистий дисконтований дохід (NPV), індекс доходності (ІД) та період окупності інвестицій (ПО).

Ставка дисконту з урахуванням інфляції дорівнює: 28%

Заклад має 30 посадочних місць в кімнаті для тренінгів та 21 місце (7 столів) в кафе. Згідно статистики закладу кількість посадок за стіл за 1 робочий день складає 4 рази. Середній чек на стіл – 120 грн. Середня ціна за тренінг – 250 грн. Середній показник завантаження кафе – 65%, тренінгів – 40%.

Розрахуємо прибуток за один день роботи закладу = $28 \cdot 120 \cdot 0,65 = 2\,184$ грн (кафе), $250 \cdot 60 \cdot 0,4 = 6\,000$ грн (кімната для тренінгів) в день, відповідно, разом за день = $2\,184 + 6\,000 = 8\,184$ грн/день. За рік прибуток складатиме = $8\,184 \cdot 360 = 2\,946\,240$ грн.

Затрати в місяць з урахуванням заробітної плати працівникам, комунальних послуг, оренди приміщення, реклами та поставки товару складає 186 612,92 грн.

$$\text{Дохід} = 2\,946\,240 - (186\,612,92 \cdot 12) = 706\,884,96 \text{ грн};$$

$$\text{ЧП} = 1\,474\,842,029 \text{ рік (122\,903,5 міс)}$$

$$\text{NPV} = -620\,800 + \left(\frac{706\,884,96}{1,28} \right) + \left(\frac{706\,884,96}{1,6384} \right) = 362\,902,215 \text{ грн};$$

$$\text{ІД} = \frac{343\,982,745}{620\,800} = 0,55;$$

$$\text{ПО} = \frac{620\,800}{343\,982,745} = 1,8 \text{ або } 1 \text{ рік, } 9 \text{ місяців та } 18 \text{ днів.}$$

Розраховуючи чистий дисконтований дохід, індекс доходності та період окупності, можна стверджувати, що проєкт є економічно доцільним та має економічну окупність в 1 рік, 9 місяців та 18 днів.

Рентабельність сфери послуг складає 29%.

Таким чином, даний проєкт є ефективним та привабливим для реалізації.

Загалом, два проєкти є привабливими для реалізації, про що кажуть вищенаведені розрахунки та ефективними, якщо їх правильно втілити в життя.

Саме від правильного піднесення залежить успішність такого соціально-важливого проєкту [43]. Чи помічали ви будь-який магазин, який би продавав свій товар за спеціальною знижкою для учасників та ветеранів АТО/ООС? Чи існують в Україні такі заклади? Відповідь лише одна – ні.

Звісно, можна погодитись, що крісла та меблі серед учасників та ветеранів АТО/ООС не дуже популярні, але не від того, що бракує необхідних фінансів, а від того, що багато хто навіть не знає про виробника, коли купує крісла чи меблі собі додому. Такий проєкт дасть змогу отримати соціальну задоволеність клієнтів – учасників та ветеранів АТО/ООС. Підвищить довіру та найголовніше – підніме настрій та бойовий дух. Погодьтеся, що не радує так, як гарні знижки. Чесні знижки для чесних людей.

Що стосується другого проєкту – це теж унікальний заклад в Україні, тому що у нас існують лише реабілітаційні центри, які фінансуються державою, або великими фінансовими групами, які теж прагнуть вигоди, але на сьогодні немає жодного закладу, який би брав на себе відповідальність за повне повернення учасників та ветеранів АТО/ООС до нормального позитивного життя через тренінги, лекції, ігри, квести тощо. Суть коуч-закладу полягає в тому, що тепер учасникам та ветеранам АТО/ООС не прийдеться самотужки «підніматись на ноги», а в цьому їм допоможуть професіонали. В чому вигода такого проєкту? В тому, що він буде направлений не тільки на учасників та ветеранів АТО/ООС, а й інших соціально-вразливих верств населення та звичайних охочих.

Поєднання зони активності та зони відпочинку дасть змогу заохотити додаткові кошти від продажу напоїв та здорової їжі.

Два соціальні проєкти були підготовлені спеціально для того, аби допомогти всім охочим «перезавантажитись» та є велика надія на те, що навіть після всіх існуючих проблем вони не перестануть працювати.

Сьогодні соціально-відповідальному бізнесу варто прийняти і зрозуміти, що фінанси та славу можна отримати, але, на жаль, здоров'я громадян, для яких вони працюють повернути не можна. Якщо не допомагати вразливим верствам населення, то, на жаль, скоро їм не буде для кого працювати.

Допомагати масками та їжею в наш час стало вже звичайною справою, тож треба виходити на новий рівень – допомоги моральної, адже її потребують багато хто.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі магістерської дипломної роботи було проаналізовано ринки збуту меблевої продукції, було розроблено варіанти удосконалення соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС від підприємства, а саме: відкриття шоу-руму та відкриття коуч-закладу.

За останні роки ринок меблів України набув значного розвитку, що обумовлений головним чином підвищенням попиту на меблеві вироби та ростом економіки країни в цілому. З'являються нові фігуранти меблевої промисловості та стабілізували свої позиції досвідчені виробники. Як наслідок з кожним роком валовий обсяг меблевої продукції, виготовленої вітчизняними підприємствами, зростає.

Характерною ознакою сучасного етапу розвитку вітчизняного ринку меблів є соціальна направленість на споживачів. Цей факт зумовлює актуальність проведення відповідних заходів, одними з яких є відкриття власних точок продажу, що дасть змогу удосконалити організацію збутової діяльності.

Для сучасних компаній важливим є залишатись і бути поруч зі своїм споживачем, надаючи повний соціальний захист. Таким соціально вразливим верствам населення як учасники та ветерани АТО/ООС треба приділяти особливу увагу і турботу.

Компанія «Новий стиль» має дуже гарних фахівців відділу маркетингу та продажу, але цього недостатньо для опрацювання клієнтів, їх заохочення, підвищення їх соціального значення тощо.

Шляхом удосконалення соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС в компанії запропонувалося організувати відкриття сучасного шоу-

руму та коуч-закладу АТ «Новий стиль» в м. Харків, а також було проведено аналіз ефективності даних заходів.

© КЛИМЕНКО О.В.

ВИСНОВКИ

Соціальний захист – це багаторівнева система економічних, правових, організаційних, медико-соціальних, педагогічних, психологічних та інших заходів, спрямованих на реалізацію прав і свобод особистості в галузі

соціального забезпечення, гарантованість не тільки виживання, а й достатнього рівня і якості життя.

Розглядаючи соціальний захист як об'єкт соціального і державного управління, можна зробити висновок, що управління в сфері соціального захисту є цілісною системою в рамках соціальної системи, оскільки державне управління є підсистемою соціального управління.

Соціальний захист – це допомога, що надається державою, а так само приватними організаціями всьому населенню або, що частіше, які потребують допомоги категоріям: самотнім матерям, багатодітним сім'ям, сім'ям соціального ризику, пенсіонерам, інвалідам тощо.

Бізнес просто не може залишатися осторонь, коли країна переживає нелегкі часи: економічну кризу помножену на загрозу епідемії коронавірусу. Зараз, у нових реаліях життя, нашого включення потребують саме ті, для кого компанії будували бізнес – громадяни України.

Соціальна відповідальність бізнесу відіграє важливу роль у життєдіяльності країни, можна навіть сказати, що, якщо б не було соціальної відповідальності зі сторони бізнесу, то жертв було б більше в рази. Багато соціально-відповідальних компаній в Україні допомагають Україні боротися з епідемією вірусу: безкоштовні поїздки, пальне для медиків, додаткове обладнання для медичних закладів, продукти харчування для малозабезпечених родин, допомагають дезінфікувати приміщення та вулиці тощо.

В Україні хочуть створити Соціальний кодекс. Метою Соціального кодексу є забезпечення підвищення рівня соціального захисту населення України шляхом удосконалення і систематизації соціального законодавства, гармонізації вітчизняних систем соціального захисту з нормами міжнародного права.

Необхідність прийняття акту, кодифікує соціальні закони, пов'язані з тим, що, незважаючи на істотний прогрес соціального законодавства в сфері соціального страхування і захисту окремих верств населення, все ще існує ряд проблем. Вони полягають у тому, що законодавство, яке стосується даної сфери, містить значну кількість неузгоджених норм щодо соціального захисту

окремих категорій громадян: ветеранів війни та праці, жертв політичних репресій, чорнобильців, інвалідів та ін., а також норм окремих законів щодо сімей з дітьми, малозабезпечених сімей. Також з прийняттям такого кодексу будуть встановлені єдині стандарти соціального забезпечення та надання соціальних послуг.

В даний час в багатьох країнах ЄС досягли високого рівня розвитку програми захисту сімейного доходу, який опускається нижче встановленої планки, і фінансуються з бюджетних коштів. У скандинавських країнах, що відрізняються найбільшою широтою охоплення населення подібними програмами, їм надано загальнодержавний статус. У центральноевропейських країнах такі програми діють на регіональному та місцевому рівнях. У державах на півдні та сході Європи вони майже повністю відсутні.

Анексія Автономної Республіки Крим і початок збройного конфлікту на Сході України стали новими викликами нашої країни у 2014 році та актуалізували питання адекватного реагування на них, зокрема в соціально-економічній сфері. У часи пандемії вірусу COVID-19 теж постає величезне питання виживання наших воїнів на сході.

Учасників АТО/ООС віднесено до категорії учасників бойових дій, що надає їм право користуватися гарантіями соціального захисту ветеранів війни, а також в країні створено Державну службу України у справах ветеранів війни та учасників антитерористичної операції, на яку покладено завдання соціального захисту ветеранів війни та учасників АТО/ООС.

Згідно з Законом України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» учасник бойових дій має право на 7 різних пільг, а ще виплат.

У другому розділі розглядалося питання аналізу сучасного стану життя, їх задоволеність, а також рівень забезпеченості пільгами державою учасників та ветеранів АТО/ООС і т. д. Учасники та ветерани захищені в нашій державі, але в більшій мірі тільки на папері. Багато є проблем. Однією з яких є забезпеченість наших воїнів усім необхідним. Бізнес постійно надає благодійну та спонсорську допомогу не лише військовослужбовцям, які нині перебувають у зоні бойових дій, а й ветеранським організаціям воїнів-

інтернаціоналістів і воїнів АТО/ООС. Сьогодні вірус COVID-19 захопив усю планету і щоб наші військові були в безпеці необхідно їм передбачити захисні маски та дезінфікуючі засоби.

Тільки разом із соціально-відповідальним бізнесом і спільними зусиллями можна перемогти двох ворогів: вірус та злочинців на Сході.

У третьому розділі магістерської дипломної роботи було проаналізовано ринки збуту меблевої продукції, було розроблено варіанти удосконалення соціального захисту учасників та ветеранів АТО/ООС від підприємства, а саме: відкриття шоу-руму та відкриття коуч-закладу.

За останні роки ринок меблів України набув значного розвитку, що обумовлений головним чином підвищенням попиту на меблеві вироби та ростом економіки країни в цілому. З'являються нові фігуранти меблевої промисловості та стабілізували свої позиції досвідчені виробники. Як наслідок з кожним роком валовий обсяг меблевої продукції, виготовленої вітчизняними підприємствами, зростає.

Для сучасних компаній важливим є залишатись і бути поруч зі своїм споживачем, надаючи повний соціальний захист. Таким соціально вразливим верствам населення як учасники та ветерани АТО/ООС треба приділяти особливу увагу і турботу.

Тому питання удосконалення соціального захисту від компаній стоїть як першочергове.

Для удосконалення соціального захисту було розроблено заходи, а саме: відкриття шоу-руму та відкриття коуч-закладу, а також проведено аналіз ефективності даних заходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аграмакова Н. В. Проблеми соціальної відповідальності в туристичному бізнесі / А. Б. Гончаров, Н. В. Аграмакова // Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця : матеріали міжнар. науково-практ. конф., 30 – 31 трав. 2019 р. : тези допов. – Х.: ДІСА ПЛЮС, 2019. – С. 305–306.
2. Аналіз соціальних видатків та їх джерел [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://8ref.com/9/referat_97113.html
3. Аналіз українського меблевого ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://radionk.com.ua/2018/01/22/>
4. Біла С. Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс] // Режим доступу : https://vue.gov.ua/Соціальна_відповідальність_бізнесу
5. Бурковська А, Лункіна Т. Про необхідність удосконалення законодавчого регулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/18118/2/ConfFMNES_2016_Burkovska_A-The_need_to_improve_the_200-202.pdf
6. Волонтери при районній раді вкотре відправили допомогу військовим у зону АТО [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://hlyboka.info/archives/2349>
7. Всі пільги – в один кодекс [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://pravo.ua/articles/vse-lgoty-v-odin-kodeks/>
8. Державна соціальна допомога малозабезпеченим громадянам в деяких європейських країнах [Електронний ресурс] // Режим доступу : https://stud.com.ua/12865/pravo/derzhavna_sotsialna_dopomoga_malozabezpecheni_m_gromadyanam_deyakh_yevropeyskih_krayinah
9. Допомога воїнам АТО [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.peoplesproject.com/articles/dopomoga-voinam-ato/>
10. Дослідження особливостей ринків збуту меблевої продукції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://docplayer.net/84882462-Doslidzhennya-osoblivostey-rinkiv-zbutu-meblevoyi-produkciyi-v-ukrayini.html>

11. Жиглей І. В. Моделі соціальних держав та соціальний захист [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/94774/90854>

12. З початку року послугами служби зайнятості області скористалися 610 осіб, які брали участь в Антитерористичній операції (Операції об'єднаних сил) [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.if.gov.ua/news/z-rochatku-roku-poslugami-sluzhbi-zajnyatosti-oblasti-skoristalisya-610-osib-yaki-brali-uchast-v-antiteroristichnij-operacij-i-operacij-i-ob-yednanih-sil>

13. Закон України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://kyivcity.gov.ua/pilhy_dovidky_ta_sotsialnyi_zakhyst/dopomoha_uchasnykam_ato/garantovani_derzhavoyu_pilgi/

14. Закріплення в конституціях соціальних і духовних основ суспільного ладу [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://ukrefs.com.ua/print:page,1,193232-Zakreplenie-v-konstituciyah-social-nyh-i-duhovnyh-osnov-obshestvennogo-stroya.html>

15. Ідеї для створення свого приватного бізнесу [Електронний ресурс] // Режим доступу : https://bankchart.com.ua/biznes/biznes_start/statti/ideyi_dlya_stvorennya_svogo_privatnogo_biznesu

16. Іноземний досвід у сфері соціального страхування [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://uchika.in.ua/metodichni-vkazivki-dopapisannya-kontrolenih-robit-z-discipli.html?page=2>

17. Інформація щодо соціального захисту осіб, які беруть участь в антитерористичній операції [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://darn.kyivcity.gov.ua/news/17267.html>

18. Кельдер. Економіка праці [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://readbookz.net/book/123/3351.html>

19. Кицак Т. Г. Інноваційні напрями розвитку корпоративної культури на вітчизняних підприємствах. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2014. – Вип. № 1. – С. 172–178.

20. Кількість загиблих та поранених на Донбасі [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://tsn.ua/ato/v-oon-nazvali-prigolomshlivu-kilkist-zagiblih-i-poranenih-vid-pochatku-konfliktu-na-donbasi-990085.html>

21. Кісь Я. Інтелектуальна система моніторингу та обслуговування клієнтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/7819/1/37.pdf>

22. Комерційна нерухомість в Харкові [Електронний ресурс] : Режим доступу: <https://investment-estate.com/uk>

23. Комітет з нерухомості, інвестицій та стратегічного розвитку [Електронний ресурс] : Режим доступу: <https://eba.com.ua/comitet/harkiv-komitet-z-neruhomosti-investytsij-ta-strategichnogo-rozvytku/>

24. Концепція реалізації державної політики соціального захисту [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://www.ukrinform.ru/rubric-society/3058906-v-minsocpolitiki-planiruut-sozdat-socialnuu-servisnuu-sluzbu.html>

25. Корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://bibl.com.ua/informatika/6678/index.html>

26. Котляревська К. Ю. Удосконалення організаційно-економічного механізму наймання персоналу підприємства в контексті соціальної відповідальності / К. Ю. Котляревська // Чернігівський науковий часопис. Сер. 1, Економіка і управління : електронний збірник наукових праць. – Чернігів : ЧНТУ, 2016. – № 1 (7). - С. 26-32.

27. Кравченко М. Основні проблеми соціального захисту учасників АТО [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.mlsp.gov.ua//dsvv.gov.ua/pro-derzhavnu-sluzhbu>

28. Крістофер Міллер. 13 тисяч: офіційні дані ООН щодо загиблих у війні на Донбасі [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://www.radiosvoboda.org/a/29792144.html>

29. Ліфінцев Д. С. Корпоративна соціальна відповідальність як складова культури організації: економічне значення [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2013. – Вип. № 11. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2505>

30. Лупак Р. Л. Соціальна відповідальність як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Р. Л. Лупак // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2016. – Вип. №2. – С. 98–103.

31. Луценко О. М. Сутність поняття «соціальна відповідальність бізнесу» та його видів / О. М. Луценко // Держава та регіони. – 2015. – Вип. № 1 (82). – С. 92–95.

32. Матвієнко-Біляєва Г. Л. Розвиток та становлення соціального підприємництва та соціальної відповідальності в сучасних умовах [Електронний ресурс] / Г. Л. Матвієнко-Біляєва // Економіка та суспільство. – 2016. – Вип. № 7. Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua>

33. Міністерство соціальної політики України [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://www.mlsp.gov.ua/dsvv.gov.ua/pro-derzhavnu-sluzhbu/orhanizatsijno-planova-robot/osnovni-napryamy-diyalnosti.html>

34. Моделі аналізу зацікавлених осіб [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://allrefrs.ru/3-2536.html>

35. Моделі соціальної політики у країнах Заходу [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://studfile.net/preview/5648093/page:45/>

36. Москаленко Ю. Кабмін планує створити Національну соціальну сервісну службу України [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://zn.ua/POLITICS/kabmin-planiruet-sozdat-natsionalnuju-sotsialnuju-servisnuju-sluzhbu-ukrainy.html>

37. Нагаївська Д. Ю. Система взаємодії суб'єктів соціальної відповідальності бізнесу / Д. Ю. Нагаївська // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – Херсон, 2015. – Т. 1, №18(7). – С. 96-102.

38. Надання послуг службою зайнятості Полтавської області внутрішньо переміщеним особам та учасникам АТО(ООС) [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://pol.dcz.gov.ua/novyna/nadannya-poslug-sluzhboyu-zaynyatosti-poltavskoyi-oblasti-vnutrishno-peremishchenym-osobam-ta>

39. Надійний тил – запорука перемоги [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://stepanetska-gromada.gov.ua/news/1545552355/>

40. Ніколаєнко С. Особливості психологічної допомоги учасникам військових дій при посттравматичному стресовому розладі [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/sfr_2014_7_8.pdf

41. Огляд ринку меблів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rubarbs.com/ua/article/oglyad-rinku-mebliv-v-ukraini-tendentsii-rozvitku>

42. ООН офіційно збільшила дані про кількості жертв війни на Донбасі, включно з пасажирами МН17 [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://dn.depo.ua/ukr/dn/oon-ofitsiyno-zbilshila-dani-pro-kilkosti-zhertv-viyni-na-donbasi-vklyuchno-z-pasazhirami-mh17-20190226922799>

43. ООН уточнила кількість загиблих і поранених на Донбасі [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://ua-news.liga.net/politics/news/oon-utochnila-kilkist-zagiblih-i-poranenih-na-donbasi>

44. Офіційний сайт АТ «Новий стиль» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nowystyl.ua/>

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

46. Пільги учасникам бойових дій [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://dpsu.gov.ua/ua/pilgi-uchasnikam-bojovih-diy/>

47. Політика доходів і соціальний захист населення [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://ukrbukva.net/page,14,32805-Politika-dohodov-i-social-naya-zashita-naseleniya.html>

48. Поняття соціального захисту [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://epi.cc.ua/ponyatie-sotsialnoy-zaschityi-23348.html>

49. Порошенко назвав кількість мобілізованих протягом шести черг мобілізації. УНІАН (24 серпня 2015) [Електронний ресурс] Режим доступу: www.unian.ua/war/1114740-poroshenko-nazvav-kilkist-mobilizovanihprotyagom-shesti-cherh-mobilizatsiji.html

50. Про пільги, які має учасник АТО [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0043697-15#Text>

51. Розміри ЄСВ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://services.dtkk.ua/catalogues/indexes/13>

52. Розроблення шляхів подолання недоліків та підвищення якості процесу обслуговування учасників офіційно-ділових заходів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/8107803/page:6/>

53. Світовий досвід моделей соціальної політики та їх можливість використання в Україні [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://ipzn.org.ua/svitovuj-dosvid-modelej-sotsialnoyi-polityky-ta-yih-mozhlyvist-vukorystannya-v-ukrayini/>

54. Система соціальних гарантій у сфері праці [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://westudents.com.ua/glavy/67921-sistema-sotsalnih-garanty-u-sfer-prats.html>

55. Смаль В. Внутрішньо переміщені особи: соціальна та економічна інтеграція в приймаючих громадах. За матеріалами Вінницької, Запорізької, Івано-Франківської та Полтавської областей [Електронний ресурс] / В. Смаль, О. Позняк // Режим доступу: http://pleddg.org.ua/wpcontent/uploads/2016/05/IDP_REPORT_LEDDG_edited_09.06.2016.pdf.

56. Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс] // Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність_бізнесу

57. Соціальне забезпечення в системі соціального захисту [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://studin.ru/all/sociology/socialnoe-obespechenie-v-sisteme-socialnoj-zaschity/v-ukraine>

58. Соціальний захист – одна з важливих функцій держави [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://frazza.com/news/44781-socialnaya-zaschita--odna-s-vazhneyshih-funkciy-gosudarstva>

59. Соціальний захист пільгових категорій [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://upsz.cg.gov.ua/index.php?id=5457&tp=1&pg=>

60. Соціальний захист учасників АТО та їх сімей [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://kulykivska-gromada.gov.ua/socialnij-zahist-uchasnikiv-ato-ta-ih-smiej-1523426758/>

61. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії «Europe-2020») [Електро-

ний ресурс] // Український соціум. – 2013. – Вип. № 2. – С. 163–176. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>

62. Сфера послуг, як джерело економічного зростання [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/132204/12-ZhernovyNEW.pdf?sequence=1>

63. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: Учеб. для нач. проф. образование/под ред. А.Н.Неверова, Т.И.Чалых. – М.:ИРПО; Изд.центр «Академия», 2000. – 463 с.

64. У Хмельницькій ОДА розглядали питання соціального захисту учасників АТО [Електронний ресурс] // Режим доступу:<http://dsvv.gov.ua/pres-sentr/u-hmelnyskij-oda-rozhlyadaly-pytannya-sotsialnoho-zahystu-uchasnykiv.ua>

65. Харківський ринок нерухомості [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://tsn.ua/vikno/portal-mesto-predstavleniy-analiz-harkivskogo-rinku-neruhomosti-540006.html>

66. Ціни на ринку оренди нерухомості Харкова [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://idcmproject.com.ua/analyst/office-properties-kharkov/>

67. Чепульченко Т.О. Соціальна відповідальність: поняття та сутність. [Електронний ресурс] / Т. О. Чепульченко // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. – 2010. – Вип. № 1 (5). – С. 137–142. Режим доступу: [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/6088/1/10-1\(5\)-23.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/6088/1/10-1(5)-23.pdf)

68. Шутаєва О. О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] // Культура народів Причорномор'я. – 2014. – Вип. № 273. – С. 73–78. Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/93113>

69. Що таке шоу-рум? [Електронний ресурс] : Режим доступу: <https://eurostok.com.ua/uk/shho-take-shou-rum.html>

70. Які пільги може отримати учасник АТО? [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://kagarlyk-rda.gov.ua/index.php/pravova-dopomoga-meshkantsyam-kijivshchini/pravova-dopomoga/1961-yaki-pilgi-mozhe-otrimati-uchasnik-ato>

71. Які проблеми турбують учасників АТО Кропивницького результати дослідження [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://persha.kr.ua/article/116737-yaki-problemy-turbuyut-uchasnykiv-ato-kropyvnytskogo-rezultaty-doslidzhennya>