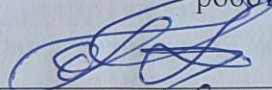


**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Економічний факультет

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної
роботи та розвитку


« 18 » червня 2021 р. С.М. Кваша

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

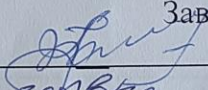
на засіданні вченої ради
економічного факультету

Протокол № 9 від 15.06 2021 р.
Декан економічного факультету


А.Д. Діброва

на засіданні кафедри організації
підприємництва та біржової діяльності

Протокол № 20 від 1.06.2021 р.
Завідувач кафедри


« 10 » червня 2021 р. М.М. Ільчук

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Рівень вищої освіти – третій (освітньо-науковий)

Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітньо-наукова програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Гарант ОНП: Ільчук М.М.

Розробники: доцент, к.е.н., доцент Коновал І.А.

Київ – 2021 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Соціальне підприємництво

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Галузь знань	07 Управління та адміністрування (шифр і назва)	
Спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність (шифр і назва)	
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	
Освітній ступінь	Доктор філософії	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	_____150_____	
Кількість кредитів ECTS	_____5_____	
Форма контролю	екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної, вечірньої та заочної форм навчання		
	Денна, вечірня форма навчання	Заочна форма навчання
Рік підготовки	_____2_____	_____2_____
Семестр	_____3_____	_____3_____
Лекційні заняття	_____20_____ год.	_____20_____ год.
Практичні, семінарські заняття	_____30_____ год.	_____30_____ год.
Самостійна робота	_____100_____ год.	_____100_____ год.
Кількість тижневих годин для денної, вечірньої форми навчання: аудиторних	_____4_____ год.	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Соціальне підприємництво» є засвоєння здобувачами знань для забезпечення ефективного розвитку соціального підприємництва та набуття практичних навичок обґрунтування рішень щодо створення соціального підприємства.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- оволодіти базовими знаннями щодо сутності соціального підприємництва;
- сформулювати різномірівні компетенції з аналізу процесів у сфері соціального підприємництва;
- генерувати ідеї та виявляти нові напрями соціального підприємництва;
- обирати інноваційні напрями, методи й моделі вирішення проблем соціального підприємництва.

Згідно з вимогами освітньо-наукової програми здобувачі повинні:
знати:

- сутність та правові основи соціального підприємництва;
- типи та організаційно-правові форми соціальних підприємств;
- системи фінансування та оподаткування суб'єктів соціального підприємництва;
- процес та інструментарій планування підприємницької діяльності в соціальних підприємствах;
- процес проєктування та раціоналізації діяльності соціальних підприємств;
- методи оцінки проєктів створення соціальних підприємств;
- систему збалансованих показників результатів діяльності соціального бізнесу тощо.

вміти:

- здійснювати критичний аналіз, оцінку і синтез нових ідей щодо соціального підприємництва;
- приймати соціально відповідальні рішення;
- розробляти бізнес-модель діяльності соціального підприємства;
- обґрунтовувати та розробляти календарні плани впровадження проєктів з соціального підприємництва;
- оцінювати ефективність впровадження проєктів з соціального підприємництва.

Набуття компетентностей:

-загальні компетентності (ЗК):

- ЗК 1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК 4. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК 5. Здатність розробляти та управляти проєктами.

-спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК2. Здатність ідентифікувати, формулювати та вирішувати актуальні наукові та прикладні проблеми у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

СК3. Здатність планувати, організовувати, проводити спеціальні наукові дослідження та впроваджувати їх результати.

СК4. Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми та приймати науково обгрунтовані рішення в професійній діяльності.

СК5. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність та викладати фахові дисципліни зі спеціальності „Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”.

СК6. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англійських наукових текстів за напрямом досліджень.

СК7. Здатність ідентифікувати вплив інтеграційних процесів на реалізацію аграрної політики, визначати перспективні напрями розвитку агробізнесу, оцінюючи умови, проблеми та переваги, визначати їх вплив на практику підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

3. Програма та структура навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність, виникнення та правові основи соціального підприємництва

Сутність соціального підприємництва та завдання. Підходи до визначення поняття «соціальне підприємництво». Історичні віхи розвитку соціального підприємництва. Підходи до класифікації соціальних підприємств. Значення інновації у соціальному підприємництві. Правові основи соціального підприємництва.

Тема 2. Розвиток соціального підприємництва в Україні та світі

Історія розвитку соціального підприємництва в Україні. Приклади соціальних підприємств в Україні. Опис характеристик соціальних підприємств в світі. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні.

Тема 3. Типи та організаційно-правові форми соціальних підприємств

Форми господарювання, що обирають соціальні підприємства у світі. Порівняльна характеристика форми господарювання неприбуткових та бізнес-організацій. Характеристика традиційних організаційно-правових форм з точки зору їх прийнятності для створення і діяльності соціального підприємства у світі.

Соціальне підприємництво на базі неприбуткової організації. Організація соціального підприємства на базі суб'єктів приватного права. Організація соціального підприємництва шляхом укладання договорів про спільну діяльність суб'єктів різних ОПФ (організацій громадянського суспільства, підприємницьких суб'єктів, фізичних осіб).

Тема 4. Фінансування соціального підприємництва

Основні форми фінансування соціального підприємництва. Джерела фінансування соціального підприємництва: гранти, державні програми, позики та кредити, крауд-фандинг, мікро-фінансування, венчурний капітал, донорські кошти.

Тема 5. Оподаткування суб'єктів соціального підприємництва

Система оподаткування соціальних підприємств. Оподаткування прибутку підприємств. Платежі за ресурси. Сплата соціальними підприємствами непрямих податків. Платежі (збори) соціальних підприємств на загальнообов'язкове державне пенсійне і соціальне страхування. Місцеві податки і збори. Оподаткування суб'єктів малого соціального підприємництва.

Податкові та інші пільги для соціальних підприємств, створених на базі благодійних, громадських та релігійних організацій.

Тема 6. Бізнес-планування в соціальному підприємстві: обґрунтування концепції бізнесу

Сучасна ситуація і тенденції розвитку. Підприємство, його сучасний стан та стратегія зростання. Продукт (послуга) та напрями її удосконалення.

Дослідження та аналіз ринку. Інформаційні джерела для маркетингового дослідження. Аналіз ринку. Сегментація ринку. Місцезнаходження фірми. Конкуренція. Позиціонування та ринкова стратегія. Прогнозування обсягів продажу.

План маркетингу. Цілі і стратегія маркетингу. Маркетингова програма та її складові. Система збуту і реалізації продукту. Політика ціноутворення. Організація рекламної кампанії та створення бренду.

Тема 7. Реєстрація та ведення діяльності соціального підприємства в Україні.

Статут соціального підприємства та процес його розробки. Порядок реєстрації соціального підприємства.

Переваги та недоліки організаційно-правових форм господарювання в Україні з точки зору створення і розвитку соціальних підприємств. Ступінь впливу основних стейкхолдерів соціального підприємства на процеси прийняття рішень залежно від його форми господарювання.

Тема 8. Оцінювання соціального впливу та результатів діяльності соціального бізнесу

Методичні підходи до оцінки соціальних результатів та їх характеристика. Послідовність етапів оцінки результатів діяльності соціального підприємства. Визначення об'єктів вимірювання для оцінювання соціального впливу та результатів діяльності соціального бізнесу. Показники діяльності соціального підприємства.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	с/п	с.р		л	с/п	с.р
Тема 1. Сутність, виникнення та правові основи соціального підприємництва	12	2	2	8	12	2	2	8
Тема 2. Розвиток соціального підприємництва в Україні та світі	12	2	2	8	12	2	2	8
Тема 3. Типи та організаційно-правові форми соціальних підприємств	12	2	2	8	12	2	2	8
Тема 4. Фінансування соціального підприємництва	12	2	2	8	12	2	2	8
Тема 5. Оподаткування суб'єктів соціального підприємництва	12	2	2	8	12	2	2	8
Тема 6. Бізнес-планування в соціальному підприємстві	66	6	16	44	66	6	16	44
Тема 7. Реєстрація та ведення діяльності соціального підприємства в Україні	12	2	2	8	12	2	2	8
Тема 8. Оцінювання соціального впливу та результатів діяльності соціального бізнесу	12	2	2	8	12	2	2	8
Усього годин	150	20	30	100	150	20	30	100

4. Теми практичних занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність, виникнення та правові основи соціального підприємництва	2
2	Розвиток соціального підприємництва в Україні та світі	2
3	Типи та організаційно-правові форми соціальних підприємств	2
4	Фінансування соціального підприємництва	2
5	Оподаткування суб'єктів соціального підприємництва	2
6	Бізнес-планування в соціальному підприємстві	16
7	Реєстрація та ведення діяльності соціального підприємства в Україні	2
8	Оцінювання соціального впливу та результатів діяльності соціального бізнесу	2
	Разом	30

5. Теми лабораторних занять

Не передбачено навчальним планом

6. Контрольні запитання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань здобувачів

1. Сутність соціального підприємництва та завдання. Підходи до визначення поняття «соціальне підприємництво».
2. Історичні віхи розвитку соціального підприємництва.
3. Підходи до класифікації соціальних підприємств.
4. Правові основи соціального підприємництва.
5. Розвиток соціального підприємництва в Україні.
6. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні.
7. Форми господарювання, що обирають соціальні підприємства у світі.
8. Порівняльна характеристика форми господарювання неприбуткових та бізнес-організацій.
9. Характеристика традиційних організаційно-правових форм з точки зору їх прийнятності для створення і діяльності соціального підприємства у світі.
10. Соціальне підприємництво на базі неприбуткової організації.
11. Організація соціального підприємства на базі суб'єктів приватного права.
12. Організація соціального підприємництва шляхом укладання договорів про спільну діяльність суб'єктів різних ОПФ (організацій громадянського суспільства, підприємницьких суб'єктів, фізичних осіб).
13. Основні форми фінансування соціального підприємництва.
14. Джерела фінансування соціального підприємництва: гранти, державні програми, позики та кредити, краудфандинг, мікро-фінансування, венчурний капітал, донорські кошти.
15. Система оподаткування соціальних підприємств.
16. Оподаткування суб'єктів малого соціального підприємництва.
17. Податкові та інші пільги для соціальних підприємств, створених на базі благодійних, громадських та релігійних організацій.
18. Планування у діяльності соціальних підприємств.
19. Пошук ідеї соціального підприємництва та формулювання місії соціального підприємства
20. Аналіз ринку продукту та конкурентів соціального підприємства
21. Аналіз факторів, що впливають на конкуренцію в сфері соціального підприємництва за моделлю М. Портера
22. Маркетингові дослідження для створення соціального підприємства
23. Критерії вибору бізнес-можливості для створення соціального підприємства
24. Методика оцінки соціальної бізнес-можливості:
25. Формування бізнес-моделі соціального підприємства
26. Порядок розроблення плану маркетингу соціального підприємства
27. Розроблення організаційного плану соціального підприємства

28. Обґрунтування виробничого плану (надання послуг) соціального підприємства
29. Формування ресурсного забезпечення соціального підприємства
30. Планування доходів і видатків соціального підприємства
31. Аналіз критичних точок бізнес-проекту створення соціального підприємства
32. Прогнозування грошового потоку соціального підприємства
33. Інвестиційний план соціального підприємства
34. Фінансування створення соціального підприємства
35. Оцінка ефективності інвестицій у створення соціального підприємства
36. Статут соціального підприємства та процес його розробки.
37. Порядок реєстрації соціального підприємства.
38. Переваги та недоліки організаційно-правових форм господарювання в Україні з точки зору створення і розвитку соціальних підприємств.
39. Ступінь впливу основних стейкхолдерів соціального підприємства на процеси прийняття рішень залежно від його форми господарювання.
40. Методичні підходи до оцінки соціальних результатів та їх характеристика.
41. Послідовність етапів оцінки результатів діяльності соціального підприємництва.
42. Визначення об'єктів вимірювання для оцінювання соціального впливу та результатів діяльності соціального бізнесу.
43. Показники діяльності соціального підприємства.

Тести для визначення рівня засвоєння знань здобувачами

1. Соціальний бізнес — це:

1	а) бізнес, створений членами певної соціальної групи;
2	б) бізнес, який робить пожертви на благодійність або бере участь у волонтерських програмах;
3	в) бізнес, який існує не заради збагачення засновника, а задля ефективного вирішення соціальних проблем.

2. Який з цих бізнесів можна вважати соціальним підприємством?

1	ІТ-компанію, яка не інвестує в соціальні ініціативи чи проекти, оплачує своїм співробітникам навчання, харчування та страхування;
2	промислове підприємство, яке час від часу робить пожертви на користь безпритульних;
3	кав'ярню, яка свій прибуток спрямовує на допомогу вразливим групам.

3. SWOT-аналіз використовується для:

1	аналізу фінансового стану підприємства;
2	аналізу та оцінки сильних і слабких сторін функціонування підприємства;
3	виявлення стратегічних зон господарювання;
4	оцінки ринків збуту продукції

4. Сегментація ринку – це:

1	визначення основних способів задоволення попиту потенційних споживачів;
2	розподіл споживачів на певні групи;
3	визначення тенденцій розвитку ринку;
4	вибір каналу просування товару;
5	одна з стратегій ціноутворення.

5. Чи може соціальне підприємство брати плату за свої продукти чи послуги?

1	ні, тоді воно втратить цей статус;
2	за бажанням власника;
3	так, однозначно.

6. Яка цінова політика продуктів соціальних підприємств?

1	однозначно дешеві продукти чи послуги, адже вони здебільшого мають низької якості;
2	продукти соціальних підприємств часто мають високу собівартість через малі розміри підприємства, тому їхня ціна має бути високою, щоб покрити витрати. Однак соціальна складова виправдовує високу ціну;
3	продукти соціальних підприємств повинні відповідати стандартам якості та бути конкурентними на ринку, тому ціноутворення відбувається за тими ж принципами, що й у будь-якому бізнесі.

7. Політика підтримки продукції підприємства передбачає:

1	пошук засобів зменшення собівартості одиниці продукції;
2	розробку політики цінових знижок;
3	розв'язання проблеми сервісного обслуговування продукції підприємства;
4	вибір каналів збуту продукції підприємства.

8. Якими методами здійснюється проєктування організаційної структури соціального підприємства:

1	аналогій;
2	розрахунковим;
3	організаційного моделювання;
4	статистичним.
5	структуризації цілей.

9. Співробітники соціального підприємства

1	працюють на волонтерських засадах;
2	отримують символічну винагороду за свою роботу;
3	отримують зарплату з прибутку підприємства.

10. Внутрішня норма дохідності (IRR) відображає:

1	відтік або приплив грошових коштів підприємства;
2	граничне значення коефіцієнта дисконтування, що розподіляє інвестиції на прийнятні і неприйнятні;
3	ставка дисконту, за якої чиста теперішня вартість проєкту дорівнює нулю;
4	відношення суми дисконтованих вигод до суми дисконтованих витрат.

11. Який прибуток залишається на підприємстві після сплати всіх податків і обов'язкових платежів до бюджету і позабюджетних державних фондів ?

1	валовий
2	операційний
3	чистий

12. Маркетинг-план розробляють з метою:

1	охарактеризувати ринок діяльності підприємства;
2	переконати читача в правильності вибору ринку діяльності підприємства;
3	пояснити читачеві стратегію виходу підприємства на свій цільовий ринок та завоювання його;
4	вибрати цільовий ринок для підприємства.

13. Обсяг виробництва продукції, за якої досягається беззбитковість розраховується як:

1	Відношення постійних витрат на весь обсяг виробництва до маржинального доходу на одиницю продукції;
2	Відношення постійних витрат на весь обсяг виробництва до змінних витрат на одиницю продукції;
3	Відношення постійних витрат на весь обсяг виробництва до ціни реалізації одиниці продукції;
4	Відношення сукупних витрат до змінних витрат на одиницю продукції.

14. Який прибуток розраховується як різниця між доходом від реалізації продукції, іншим операційний доходом та собівартістю реалізованої продукції, адміністративними витратами, витратами на збут та іншими операційними витратами?

1	валовий
2	операційний
3	чистий

15. Кредитори, вивчаючи бізнес-план, насамперед цікавляться:

1	спроможністю компанії повернути свій борг;
2	можливістю зміни юридичного статусу фірми;
3	перспективами прибутковості даного бізнес-проекту;
4	можливістю зміцнення позицій фірми на ринку;
5	регулярністю виплати відсотків за користування позикою.

16. Маржинальний дохід - це:

1	різниця між виручкою та постійними витратами;
2	різниця між чистим доходом і собівартістю реалізованої продукції;
3	дохід, одержаний від різниці курсів валюти;
4	різниця між виручкою та змінними витратами.

17. Виробничий план складається для того, щоб:

1	породити довіру до даного бізнесу описом переваг його продуктів
2	переконати читача в правильності вибору технології виробництва продукції підприємства
3	довести, що підприємство спроможне організувати виробництво необхідної кількості продукції

7. Методи навчання

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

Залежно від джерела знань: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (рішення задач, ділові ігри).

За характером пізнавальної діяльності: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

За місцем в навчальній діяльності:

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднують словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти передбачено застосування таких навчальних технологій:

- *робота в малих групах* дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача вищої освіти в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування;

- *семінари-дискусії* передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів;

- *мозкові атаки* – метод розв’язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію;

- *кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності фахівців і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу;

- *презентації* – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації.

8. Форми контролю

Відповідно до «Положення про екзамени та заліки у здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії в Національному університеті біоресурсів і природокористування України» затвердженого вченою радою НУБіП України 29 травня 2020 року, протокол № 10, видами контролю знань здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу і має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу, отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Форми та методи проведення проміжної атестації, засвоєння програмного матеріалу розробляються лектором дисципліни і затверджуються відповідною кафедрою у вигляді тестування, письмової контрольної роботи, колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити чисельно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо.

Засвоєння аспірантом програмного матеріалу вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Семестрова атестація проводиться у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з конкретної навчальної дисципліни.

Семестровий екзаме́н (далі – *екзамен*) – це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

Семестровий залі́к (далі – *залік*) – це форма підсумкової атестації, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу (виконаних ним певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях та під час самостійної роботи) з навчальної дисципліни за семестр.

Диференційований залі́к – це форма контролю, що дозволяє оцінити виконання та засвоєння аспірантом програми навчальної дисципліни, педагогічної практики.

Аспіранти зобов'язані складати екзамени і заліки відповідно до вимог навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзаменів і заліків визначається робочими програмами дисциплін.

9. Розподіл балів, які отримують здобувачі

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії в Національному університеті біоресурсів і природокористування України», затвердженого Вченою радою НУБіП України від 29.05.2020 р., протокол №10.

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів):

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{ат}}$$

Таблиця 1. Співвідношення між рейтингом здобувача вищої освіти і національними оцінками

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	зараховано
60-73	задовільно	зараховано
0-59	незадовільно	незараховано

10. Методичне забезпечення

1. Електронний навчальний курс: «Соціальне підприємництво» для здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії. URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1798>
2. Ільчук М.М., Коновал І.А., Євтушенко В.Д. Бізнес-планування підприємницької діяльності. Методичні вказівки до вивчення дисципліни, виконання практичних і самостійних завдань, дистанційного навчання. Київ : НУБіП України, 2019. 22 с.
3. Навчально-наукова лабораторія «Бізнес-планування підприємницької діяльності».

11. Рекомендована література

Основна

1. Голуб'як Н.Р. Соціальне підприємництво як механізм вирішення соціально-політичних проблем. *S.P.A.C.E.* 2017. № 2. С.16 – 20.
2. Ільчук М.М., Коновал І.А. Бізнес-планування підприємницької діяльності в АПК: навч. посібник. Київ: ЗАТ «Нічлава», 2013. 308 с.
3. Ільчук М.М., Коновал І.А., Ус С.І. Методичні підходи до оцінки ефективності підприємницької діяльності аграрної сфери. *Економіка АПК*. 2017. № 5. С. 51.
4. Ільчук М.М., Ус С.І., Дмитрук М.І., Ільчук О.М. Теоретичні засади розвитку підприємництва. *Економіка АПК*. 2020. № 3 С. 100 – 110.
5. Каталог соціальних підприємств України 2013 року / за ред. В. Назарук. К.: Видавничий дім «КиєвоМогилянська академія», 2013 79 с.
6. Сливоцький А. Дж., Моррісон Девід Дж. Зона прибутку. Стратегічна бізнес-модель як запорука завтрашніх прибутків. Пер. з англ. Р. Скакун. Львів: Вид-во Укр. католиц. ун-ту, 2016. 431 с.
7. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. *Ефективна економіка*. 2013. № 4
8. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.
9. Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
10. Defourny J., Nyssens M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2010. Vol. 1. No. 1. pp. 32–53.

допоміжна

11. Закон України «Про громадські об'єднання»: за станом на 14.01.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>.
12. Закон України «Про благодійну діяльність та благодійні організації»: за станом на 16.01.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17#Text>.
13. Закон України «Про господарські товариства»: за станом на 14.08.2016 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12#Text>.
14. Борнштейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей. Пер. с англ. М. Альпина Паблишер, 2012. 499 с.

15. Гетало В.П., Гончаров Г.О., Колісник А.В. Бізнес-планування: навч. посібник. Київ: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. 240 с.
16. Горішна Н.М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія « Педагогіка. Соціальна робота»*. 2016. Випуск 2 (39). С. 58 – 59: URL: irbisnbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64
17. Давидовська Г.І. Проблеми соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2016. Вип. 7. Ч.1. С 106 – 109
18. Должанський І.З., Загорна Т.О. Бізнес-план:технологія розробки. Навчальний посібник, 2-е вид. К.:Центр учбової літератури. 2009. 384 с.
19. Ільчук М.М., Коновал І.А. Ефективність інвестиційного проекту створення та функціонування високотехнологічного сільськогосподарського підприємства. *Економіка АПК*. 2015. № 5. С. 55 – 65.
20. Ільчук М.М., Волощук В.М., Коновал І.А. Бізнес-план інвестиційно-інноваційного проекту будівництва і експлуатації свиногокомплексу потужністю 24000 голів. Київ:ЗАТ «Нічлава», 2011. 66 с.
21. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. з англ. М.: Прогресс, 1990. 736 с.
22. Косович Б.І. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання становлення. *Економіка та держава*, 2020. № 3. С. 77 – 81.
23. Кудлай В.Г. Досвід Ізраїлю в розбудові соціального підприємництва. *Зб. матеріалів III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція "Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку" (29 – 30 березня 2018 р.)*. Київ, ДВНЗ "КНЕУ ім. В. Гетьмана".
24. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Соціальне підприємництво в соціально-економічному розвитку України. *Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки: тези V Міжнар. науково-практ. конференції (02–03 лист. 2017 р.)*. Житомир : ЖДТУ, 2017. – 698 с.
25. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств. Затверджено наказом Міністерства економіки України від 6 вересня 2006 р. N 290.
26. Савельєва Є. В., Чоботар С. І., Штефанич Д. А. Новітній маркетинг. Київ. : Знання, 2008. 420 с.
27. Романюк О.П. Система вимірювання діяльності соціальних установ: сутність та особливості розробки. Частина І. Теоретико-методологічні аспекти вимірювання діяльності з надання соціальних послуг. *Статистика України*. 2008, №3. С.32 – 40.

28. Смирнов Д. Разработка и сопровождение проектов Microsoft Project 2003: Учебное пособие. М.: Изд-во Триумф, 2004. 352 с.
29. Гусак Н., Кузнецова В., Стеценко Т. Соціальне підприємництво в Україні: звіт за результатами дослідження. К.: Pact, Inc., Western NIS Enterprise Fund, Школа соціальної роботи НаУКМА, ГО «Молодіжний центр з трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ XXI» 2016. 45 с.
30. Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід. Зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції; 18 травня 2018 р. К.: КНЕУ, 2018. 275 с.
31. Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. 2011. URL:
https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf
32. Телюк О. Соціальний бізнес – один із трендів 2014 року. URL:
<https://biggggidea.com/practices/1196/>
33. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship. 2001. URL:
https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf
33. Mair J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. 2006. URL:
https://cdn.ymaws.com/www.usasbe.org/resource/resmgr/social_entrepreneurship/mair_and_marti.pdf
34. Defourny J. Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. 2008. URL:
https://emes.net/content/uploads/publications/WP_08_01_SE_WEB.pdf
35. Researching social enterprise, final report to the small business service. D. Smallbone, M. Evans, I. Ekanem, S. Butters. URL:
https://www.researchgate.net/publication/233460309_How_Can_Social_Enterprise_Address_Disadvantage_Evidence_from_an_Inner_City_Community

12. Інформаційні ресурси

1. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
2. Верховна Рада України. URL: www.rada.gov.ua
3. Кабінет Міністрів України . URL: www.kmu.gov.ua
4. Міністерство фінансів. URL: www.minfin.gov.ua
5. Державна податкова служба України. URL: www.tax.gov.ua

6. Державна служба статистики України . URL:www.ukrstat.gov.ua
7. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: www.niss.gov.ua
8. Центр перспективних соціальних досліджень. URL:www.cpsr.org.ua
9. Антимонопольний комітет України. URL: www.amc.gov.ua
10. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL:
<https://www.nssmc.gov.ua>
11. Аграрна біржа. URL: <https://agrex.gov.ua>
12. Інтернет-портал «Соціальне підприємництво в Україні». URL:
www.socialbusiness.in.ua
13. Група «Соціальне підприємництво» у Фейсбук. URL:
web.facebook.com/socialenterpriseorg
14. Канал «Соціальне підприємництво». URL:
www.youtube.com/user/SocialEnterpriseOrg
15. Курс із соціального підприємництва
URL:www.coursera.org/specializations/social-entrepreneurship-cbs –
16. Фонд сприяння демократії Посольства США в Україні
URL:ua.usembassy.gov/uk/uk/democracy.html
17. Британська Рада в Україні
URL:www.britishcouncil.org.ua/programmes/society/social-enterprisedevelopment
18. Європейська комісія про соціальне підприємництво.
URL:ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises
19. Європейський фонд за демократію. URL: www.democracyendowment.eu