

2. Болтянська Л.О., Андрєєва Л.О., Лисак О.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. Херсон : ОЛДІ- ПЛЮС, 2015. 668с.
3. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Болтянська Л.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. Мелітополь : Люкс, 2020. 272 с.
4. Яковенко Р. В. Національна економіка : навчальний посібник. Кіровоград : «Пік», 2009. 548 с.
5. Яковенко Р. В. Сутність економічної категорії «національна економіка». Матеріали за 7-а міжнародна научна практична конференція «Найновітє научни постиження – 2011», Софія, Болгарія, 17-25 березня 2011 р. Софія : «Бял ГРАД-БГ» ОО, Д, 2011. Том 8 : Икономики. С. 72–74.

Науковий керівник: Андрєєва Л.О., к.е.н., доцент кафедри ПТБ, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАДИЦІЙНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Жила Д.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

В Україні про соціальне підприємництво заговорили ще на початку 2000-х але, нажаль, для більшості українців термін «соціальне підприємництво» є новим і незрозумілим. Помилково, люди часто плутають соціальне підприємництво з соціальною відповідальністю бізнесу [2].

Є суттєва відмінність між цими двома економічними категоріями, оскільки метою діяльності комерційного підприємства є отримання прибутку для розвитку і масштабування бізнесу, а метою соціального підприємства (СП) є отримання прибутку для спрямування його на вирішення соціальних проблем.

Проте одразу варто зауважити, що соціальне та комерційне підприємництво перебирають ознаки одне одного: соціальні підприємці часто одержують прибуток за рахунок соціальних підприємств, а бізнесмени ведуть соціально відповідальний бізнес. Обидва види підприємництва потребують бачення своєї місії, ініціативності, розбудови структури та маркетингу [3]. Соціальне підприємництво досить часто ототожнюють з неприбутковими організаціями або з будь-якою соціально корисною діяльністю. Однак, традиційний бізнес, благодійні організації та соціальні підприємства мають суттєві відмінності, наведені в таблиці 1.

Таблиця 1.

Порівняльна характеристика традиційного бізнесу, благодійної організації та соціального підприємства

Традиційний бізнес	Благодійна організація	Соціальне підприємство
<i>Мета діяльності</i>		
Отримання прибутку	Забезпечення підтримки та допомоги незахищених верств населення	Вирішення соціальних проблем

<i>Джерела фінансування</i>		
Не залежить від зовнішніх джерел фінансування	Гранти від міжнародних фондів і організацій, пожертвування	Кошти учасників СП, прибуток від власної діяльності, гранти, мікро-фінансування
<i>Розподіл і використання прибутку</i>		
Прибуток розподіляється між акціонерами	Не отримує прибуток	Прибуток реінвестується або фінансується в певні соціальні проекти

За своєю суттю соціальне підприємництво визначається як бізнес, покликаний розв'язувати соціальні та/або екологічні проблеми у громадах, причому в їхньому фокусі – досягнення і економічного, і соціального ефекту [1].

Головною місією СП є досягнення соціального ефекту з можливістю одержання прибутку, але це не виключає того, що СП може функціонувати і як неприбуткова організація. На відміну від звичайної благодійності, соціальні підприємства мають сталі бізнес-моделі - ефективний інструмент сталого розвитку СП та вирішення актуальних суспільних проблем.

В світі СП позначають аббревіатурою з трьох літер P: Profit – прибуток (бізнес), People – люди (соціум), Planet – планета (довкілля), що розкриває сутність цього специфічного виду підприємства, діяльність якого спрямована на створення соціальної цінності.

Міжнародний і вітчизняний досвід свідчить, що у розв'язанні соціальних проблем немає кращої альтернативи, ніж підприємницькі підходи, оскільки такий вид бізнесу має подвійний ефект: прибуток підвищує якість життя людей і забезпечує життєздатність організацій через зменшення їхньої потреби в постійній фінансовій допомозі [4].

Узагальнення результатів дослідження сутності соціального підприємництва зарубіжними та вітчизняними науковцями дозволило виокремити та уточнити такі його специфічні риси: якісно новий підхід до вирішення соціальних проблем, пріоритетність соціальної мети, фінансова самостійність, реінвестування прибутку у розвиток СП, впровадження інновацій, розширення і масштабованість підприємства.

Не зважаючи на економічну і психологічну привабливість соціального підприємництва, в українських реаліях існує низка перепон і обмежень, які стримують підприємницьку активність людей щодо відкриття цього бізнесу. До цих обмежень можна віднести як недостатнє усвідомлення ролі соціального підприємництва у суспільстві, його привабливих і вигашних сторін для розвитку справедливого суспільства, так і відсутність спеціалізованих послуг з підтримки розвитку соціального бізнесу; недостатнє законодавче супроводження, що ускладнює отримання фінансової підтримки і фіскальних стимулів для соціальних підприємств; доступ до ринків та фінансів через існуючу конкуренцію на ринках державних закупівель; відсутність загальних механізмів для вимірювання впливу соціального підприємництва на суспільство.

Соціальний бізнес в Україні є досить молодим видом діяльності із бурхливою динамікою розвитку. Але відсутність правового визначення та диференціації соціального підприємництва призводить до того, що соціальний бізнес працює фактично у статистичній, правовій та організаційній «тіні». Економічні та соціальні досягнення соціального бізнесу доводиться вираховувати методами прогнозів, припущень, екстраполяцій. Через це суспільний та економічний внесок соціального бізнесу практично не відомий ані державі, ані суспільству.

Список використаних джерел

1. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні // Г.М. Завадських, В. М. Тебенко // БІЗНЕС ІНФОРМ, 2020. - №11.- С. 177–185.

2. Завадських Г.М. Соціальне підприємництво: досвід міст. Abstracts of III International Scientific and practical Conference “Interaction of society and science: problems and prospects”. October 05-08 жовтня 2021. – р. 93-98.

3. Підприємництво: соціально-економічне та інституціональне забезпечення розвитку : монографія. / Л. О. Андреева, Л. О. Болтянська, М. І. Грицаєнко, Г.М. Завадських та ін. Мелітополь : Люкс, 2021. 300 с.

4. Соціальне підприємництво в Україні: звіт за результатами дослідження / Наталія Гусак, Вікторія Кузнєцова, Тетяна Стеценко. — К.: Pact, Inc., Western NIS Enterprise Fund, Школа соціальної роботи НаУКМА, ГО «Молодіжний центр з трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ ХХІ» 2016. - 45 с.

Науковий керівник: *Завадських Г. М., к.е.н. доцент кафедри ПТБД, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Івахненко Ю. С.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

В умовах становлення ринкових форм господарювання великого значення набуває розвиток підприємницької діяльності. Метою організації малої підприємницької діяльності є забезпечення погодженості функціонування всіх її факторів і взаємодії людей, які беруть участь у виробництві.

Підприємництво як форма господарювання є невід’ємною складовою частиною ринкової економіки. Дослідження сучасних вчених показують, що процвітання розвинутих країн світу забезпечує успішна реалізація підприємницького потенціалу малого бізнесу як четвертого фактора виробництва (нарівні з землею, працею, капіталом) [4].

Головними умовами здійснення підприємницької діяльності є:

- приватна автономність малого підприємства, тобто його повна економічна і господарська свобода у виборі сфери, методів, часу, місця здійснення підприємницької діяльності;

- повна відповідальність керівництва малого підприємства за економічні, екологічні та соціальні наслідки своєї діяльності й пов’язаний з нею ризик;

- власна орієнтація малого підприємства на комерційний успіх та одержання прибутку. [2].

Таким чином, мале підприємництво як особливий вид діяльності характеризується такими ознаками (рис. 1):

