

Синявський С. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРИЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Соціальне підприємництво є однією із складових частин економічних ресурсів. Воно включає в себе:

- соціальний напрямок діяльності;
- підприємницький підхід.

Метою соціального підприємництва є прямий баланс соціальних цілей та комерційної складової. Бажання отримати більше грошей керівником відходить на задній план, роблячи гроші – засобом досягнення соціальних потреб, для досягнення незалежності.

«Проекти зі сфери соціального підприємництва мають визначатися наступними критеріями:

- Соціальна місія.
- Підприємницький підхід.
- Інноваційність у вирішенні соціальної проблеми, нова комбінація ресурсів, нова послуга для регіону.
- Тиражованість.
- Самоокупність і фінансова стабільність» [1].

Соціальне підприємництво вирішує численну кількість соціальних проблем, за різними напрямками. А саме: працевлаштування людей з обмеженими можливостями, надає послуги які не може надати держава, послуги для соціально-незахищених громадян, покращення та розвиток території та екології громади.

«Суб'єктом соціального підприємництва є соціальний підприємець. Як правило традиційні підприємці оцінюють успішність своєї діяльності орієнтуючись на прибуток та виторг, або вартість акцій, то для соціального підприємця головним критерієм успішності стає соціальна віддача. Прибуток може прийматися до уваги, але не як самоціль, а як засіб подальшого розвитку для досягнення соціальних і культурних цілей» [2].

Таким чином рід діяльності соціального підприємництва тісно суміжний з благодійністю, але не треба об'єднувати ці поняття. Адже благодійність є односторонньою допомогою в сторону населення, від середнього та високого класу споживачів за доходами, а соціальне підприємництво дозволяє поліпшити життя усім класам, за допомогою взаємних дій керівників підприємства та його працівників.

Порівняно з іншими явищами соціальної роботи, яку ведуть організації комерційного і некомерційного сектора, розрізняючись по сфері діяльності і умовам надання послуг, соціальне підприємництво виділяється тим, як воно працює. Ключовими тут являються поняття інновації і підприємництва. Відповідно до цього соціальне підприємництво прагне зменшити соціальні біди інноваційним методом, знаходячи або комбінуючи соціальні і економічні ресурси так, щоб створити самовідтворюваний, здатний до розширення механізм виробництва і надання цільового соціального блага.

Тим самим можна зробити висновок, що соціальне підприємство – спрямоване на допомогу особливо нижньому класу споживачів, що знаходиться у важкому соціальному життєвому стані, тим самим поступово вирішує проблеми суспільства. Та соціальне підприємництво необхідно впроваджувати у великі компанії, адже підприємство має приносити не тільки гроші власнику, а й соціальну користь, розвиток життєвому оточенню населення. Насамперед – бути корисним суспільству.

Список використаних джерел:

1. Социальное предпринимательство. Фонд поддержки предпринимательства. 2020. URL : <https://www.813.ru/podderzhka/sotsial-predprinimatelstvo/kak-sozdat-uspeshnoe-sotsialnoe-predpriyatie/>.
2. Социальное предпринимательство. Критика и общественная полемика. Wikipedia. 2016. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/>.
3. Социальное предпринимательство. Региональная общественная организация инвалидов. 2018. URL : <http://www.humanhealth.ru/nauchnaya-deyatelnost/280-provedenie-nauchnyh-issledovanij-v-oblasti-farmakoterapii-sotsialno-znachimyx-zabolevanij-nauchno-informaczionnoe-soprovozhdenie-programm-vnedreniya-sovremennyx-metodov-lecheniya-zabolevanij-organizacziya-nauchnyx-klinicheskix-issledovanij-lekarstvennyx-s>.

Стадник В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА
ТА ЧИННИКИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ**

Конкурентоспроможність є ринковою категорією, яка має динамічний, мінливий характер. Вона являє собою здатність певного підприємства створити, виробити та продати товари чи послуги, якість яких більш приваблива, ніж у конкурентів. Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як її порівняльна перевага порівняно з іншими підприємствами цієї ж галузі. Тобто це означає, що конкурентоспроможність підприємства може бути виявлена лише в рамках певної групи підприємств, які належать до однієї галузі, або тих, що випускають товари-субститути [2].

Конкурентоспроможність будь-якого суб'єкта господарювання виступає однією з найважливіших складових ринкової економіки, визначає можливість підприємства адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури, законодавства, податкової системи, прогнозувати цінову політику, займатись пошуком нових джерел фінансування, оптимізувати ефективність використання сировинних ресурсів, забезпечувати наявність високо-кваліфікованого персоналу тощо. Саме необхідність регулярного контролю суб'єкта господарювання за схожими об'єктами на ринку і здатність витримувати конкуренцію на високому рівні визначає його конкурентоспроможність [3].

На конкурентоспроможність підприємства впливає достатньо велика кількість чинників. Вчені наводять безліч підходів до їх визначення, а деякі автори акцентують увагу лише на внутрішніх та зовнішніх чинниках.