

neglect is different from simple ignorance. Each individual makes it clear to the other that he swept his presence, but at the same time avoids any gesture that could be interpreted as intrusive. Behavior of this kind is rather unconscious, but it is of fundamental importance in our everyday life. People demonstrate to each other in such a way that they have no reason to be hostile and avoid each other» [3].

References:

1. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // *Логос*, 2002, №3-4. С. 23-35.
2. Гидденс Э. Социология. М.: Эдиториал УРСС, 1999. 704 с.
3. Социология: Энциклопедия / Сост. Грицанов А. А. Мн.: Кн. Дом, 2003. 131 с.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Н. М. БОГАЦЬКА, канд. екон. наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
21000 Україна, м. Вінниця, вул. Соборна, 87
n.bohatska@vtei.edu.ua

Початок ХХІ століття характеризується новою політичною та економічною ситуацією в Україні, яка активно і послідовно відстоює свої національні інтереси в глобальному світі. Соціальне підприємництво - це досить новий вид діяльності в Україні. На жаль, за останні кілька років налічується всього близько 50-100 соціальних підприємств, які почали свою діяльність.

Термін «соціальне підприємство», як правило, асоціюється з діяльністю благодійних організацій або соціальною інтеграцією знедолених людей та інвалідів, а не з підприємництвом. Стереотипи, непорозуміння і недостатня поінформованість негативно впливають на зростання соціальних підприємств і перспективи фінансування. Це є ключовим фактором, що перешкоджає розвитку відносин з партнерами і потенційними клієнтами [1].

На сьогодні економіка країни характеризується великою кількістю соціальних проблем та вразливих груп населення, що змушує шукати нові та інноваційні підходи до їх вирішення. Використання комерційних підходів у соціальній сфері – це світовий тренд, який добре зарекомендував себе у багатьох країнах, зважаючи на фінансову стійкість (незалежність від грантової допомоги) та значний соціальний ефект [2].

Основні рушійні сили розвитку сектора соціальної економіки в цілому і соціальних підприємств зокрема можна розділити на дві групи. Перша група поєднує в собі потенціал попередні умови. До них відносяться: вплив соціальних і політичних перетворень, велика кількість соціальних потреб, незадоволених органами державного або приватного сектору, обмежені

можливості працевлаштування, потреби в інтеграції на ринок праці певних вразливих груп суспільства, проблеми міграції та умови життя.

Соціальні підприємства, як правило, займаються наданням соціальних послуг та послуг з інтеграції на роботу для знедолених груп та громад, будь то в міських або сільських районах. Крім того, соціальні підприємства також з'являються в сфері надання суспільних послуг, у тому числі в галузі освіти, культури та охорони навколишнього середовища.

Враховуючи досвід різних країн можна визначити набір ключових економічних і соціальних елементів, які допомагають визначити соціальні підприємства, незважаючи на національні відмінності [3]:

Економічні критерії:

1) соціальні підприємства безпосередньо займаються виробництвом та / або продажем товарів і послуг (а не переважно консультативними функціями або наданням грантів).

2) соціальні підприємства добровільно створюються і управляються групами громадян;

3) фінансова життєздатність соціальних підприємств залежить від зусиль їх членів, які несуть відповідальність за забезпечення достатніх фінансових ресурсів, на відміну від більшості державних установ;

4) діяльність, здійснювана соціальними підприємствами, вимагає мінімальної кількості оплачуваних працівників, навіть якщо вони можуть поєднувати добровільних і оплачуваних працівників.

Соціальні критерії:

1) соціальні підприємства є результатом ініціативи громадян, які залучають людей, що належать до спільноти або групи, яка поділяє певну потребу або мету;

2) права на прийняття рішень поділяються зацікавленими сторонами, як правило, за принципом «один член-один голос»;

3) соціальні підприємства є партисипативними за своєю природою, оскільки ті, кого зачіпає їх діяльність, представлені та беруть участь в управлінні діяльністю;

4) соціальні підприємства включають організації, які повністю забороняють розподіл прибутку, і такі організації, як кооперативи, які можуть розподіляти свій прибуток лише в обмежений ступінь;

5) соціальні підприємства переслідують чітку мету принести користь суспільству або певній групі людей.

Отже, діяльність соціальних підприємств сприяє вирішенню проблем соціально незахищених людей, їх працевлаштування та громадської адаптації і саме тому ця діяльність є вигідною для відновлення та економічного розвитку нашої держави. Соціальне підприємство здатне вирішувати ті завдання, які не можуть вирішити ні комерційний приватний, ні державний, ні третій сектор економіки (некомерційні організації).

Не дивлячись на складні умови функціонування більшості установ та організацій в Україні, наразі здійснюються певні заходи з фінансової та

організаційно-інформаційної підтримки вітчизняного соціального підприємництва з боку держави, вітчизняних та міжнародних організацій.

Список використаних джерел:

1. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : посібник / А. А. Свинчук та ін. Київ : ТОВ «Підприємство «Віеней», 2017. 188 с.
2. Богацька Н. Вплив ринку праці на конкурентоспроможність соціального підприємства //Економіка та суспільство. – 2022. – №. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1681/1617>
3. Спільнокошт – краудфандинг в Україні: веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу - <https://biggggidea.com/projects/>.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ВИРОБНИЦТВА ЕЛЕКТРОМОБІЛІВ МАЛОЇ ВАНТАЖОПІДЙОМНОСТІ

С. В. ВОЙТКІВ, канд. техн. наук
Науково-технічний центр "Автополіпром"
79066 Україна, м. Львів, вул. Зубрівська, 32/24
voytktivsv@ukr.net

Транспортні засоби різного призначення з електричним тяговим приводом, зокрема електромобілі малої вантажопідйомності, широко застосовуються у різних сферах багатьох країн світу. Електромобілі малої вантажопідйомності категорій L7 та N1 особливо поширені у європейських країнах, у США та Китаї. Особливістю сфери їх виробництва являється дрібносерійне виробництво, що обумовлює їх великі ринкові ціни. Саме тому, імпортування таких вантажних транспортних засобів не набуло бодай якогось відчутного обсягу. При цьому, електромобілі з корисним навантаженням до 1500 кг, особливо у нинішніх умовах економічного розвитку нашої держави, можуть бути дуже корисними у різних сферах життєдіяльності. Отже, з огляду на дуже велику початкову вартість таких електромобілів та, фактично, не доцільність їх імпортування, вкрай важливим завданням вітчизняного автомобілебудування видається створення та організація їх виробництва.

Варто зауважити, що відповідні зрушення у цьому напрямку присутні же на протязі декількох років. Проте, ні фірмі "Coolon" (колишня фірма "Murmuration technology LLC", м. Кривий Ріг), ні компанії "ВЕЕМметалавтопром" спільно з фахівцями НТЦ "Автополіпром", наразі не вдалося організувати бодай одиничне виробництво створених ними дослідних зразків електромобілів категорії N1 моделей "Coolon" та EN31 "Карпати" (рис. 1).

Проектування та виготовлення дослідного зразка електромобіля EN31 "Карпати" висвітлили цілий ряд особливостей цих процесів. При розробленні ескізної конструкторської документації конструкторам довелося зіткнутися з