



5. Multiple pricing strategy seeks to get customers to purchase a product in greater quantities by offering a slight discount on the greater quantity. In the display of prices, a price for the purchase of just one item is displayed along with the price for a larger quantity. By enticing customer to purchase more than one item the firm generates more profit. Essentially, the customer is penalized for purchasing just one item. In addition, multiple pricing should increase the quantity of items being sold, hopefully resulting in less product loss or fewer unsold items [5].

Choosing a related strategy requires careful consideration of business and financial goals, the state of the market including its past and future, and the products and prices of competition. Choosing strategies that are appropriate for business at the current time does not prevent companies from employing different strategies in the future as the business grows or changes.

*Наук. керівн. Котлик А. В.*

**References:** 1. Giddens N. Selecting an Appropriate Pricing Strategy / N. Giddens. – I. : Iowa State University, 2005. – 237 p. 2. Gregson A. Pricing Strategies for Small Business / A. Gregson. – N. : Self Counsel Press, 2008. – 59 p. 3. Kent B. The Pricing Strategy Audit / B. Kent. – C. : Cambridge Strategy Publications, 2004. – 40 p. 4. Wen-fei L. Smart Pricing Strategies / L. Wen-fei. – I. : Cornell University, 2001. – 31 p. 5. Nagle T. The Strategy and Tactics of Pricing / T. Nagle. – N. : Prentice Hall, 2002. – 104 p.

---

**Антонова А. Е.**

УДК 005.35(477)

---

**Баскакова К. Ю.**

---

Студенти 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## **СОЦІАЛЬНИЙ БІЗНЕС-ПРОЕКТ "КОЛЕСИКИ" ЯК КРОК ДО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

*Анотація. Розглянуто поняття соціально орієнтованого бізнесу, мету його створення, особливості функціонування та перспективи подальшого розвитку на прикладі соціального бізнес-проекту "Колесики", розробленого студентами ХНЕУ ім. С. Кузнеця.*

*Аннотация. Рассмотрено понятие социально ориентированного бизнеса, цель его создания, особенности функционирования и перспективы дальнейшего развития на примере социального бизнес-проекта "Колесики", разработанного студентами ХНЭУ им. С. Кузнеця.*

*Annotation. The concept of social-oriented business, the purpose of its foundation, the peculiarities of functioning and the prospects of further development are considered on the example of social business project "Kolesiky" developed by Simon Kuznets KhNUE students.*

*Ключові слова: соціально орієнтований бізнес, корпоративна соціальна відповідальність, інвестиції, люди з обмеженими можливостями пересування, ефективне працевлаштування.*

Останнім часом усе більшої актуальності набуває проблема соціально орієнтованого бізнесу. Необхідність корпоративної соціальної відповідальності бізнес-структур доведена недовговічністю та кризовим характером традиційного підприємництва, яке, досягаючи короткострокових надприбутків, водночас руйнує економічні зв'язки та закономірності, а також не вирішує соціальних проблем [1]. Незважаючи на теоретичні напрацювання та практичне втілення соціальної відповідальності в інших країнах світу, в Україні досі відкритим залишається питання соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах господарювання.

Під поняттям "соціально підприємництво" криється важлива сфера життєдіяльності суспільства, адже кризи та соціальні проблеми неминуче призводять до поглиблення розшарування його членів за рівнем життя. Окрім державних установ, які за своїм призначенням повинні згладжувати такі протиріччя, є також й інші – неурядові, або приватні, установи, які шукають альтернативних шляхів зменшення соціальної напруги і роблять вагомий внесок у стабілізаційні процеси [1].

---

© Антонова А. Е., Баскакова К. Ю., 2013



Соціально орієнтований, або соціальний, бізнес – це принципово новий різновид підприємництва. Досі бізнес мав на меті виключно отримання прибутку. На відміну від традиційного, соціально орієнтований бізнес приносить прибутки, вирішуючи соціальні проблеми і допомагаючи суспільству функціонувати більш ефективно. Він приймає виклики суспільства, комбінуючи ділові ноу-хау з прагненням підвищити якість життя, і фокусується не на самому собі, а на проблемах та перспективах навколишнього світу [2]. Соціально орієнтований бізнес базується на семи основних принципах. Ці принципи нагадують ідеальну модель, до якої, безумовно, прагне кожен соціальний підприємець. Принципи полягають у такому:

1. Метою бізнесу не є надприбуток. Його мета полягає в тому, щоб подолати одну з гострих проблем, що загрожують суспільству. Наприклад: підвищити рівень життя, освіти, охорони здоров'я, забезпечити доступ до сучасних технологій, захистити довкілля.

2. Інвестори в соціальний бізнес повертають тільки суму своїх інвестицій, без яких-небудь дивідендів. Дуже рідко індекс прибутковості проекту перевищує одиницю. Період окупності соціального проекту значно довший за прийнятні для бізнес-планів 3 – 5 років.

3. Після повернення інвесторів суми інвестицій основний прибуток компанії вкладається в її розвиток і поліпшення якості продукції.

4. Проект має бути розроблено за принципами фінансової та економічної стійкості.

5. Екологічна відповідальність соціально орієнтованого бізнесу обов'язкова.

6. Соціальний проект має забезпечувати працівників гідною заробітною платою й оптимальними умовами праці.

7. Соціальним бізнесом мають займатися духовно й соціально зрілі особистості, які прагнуть допомогти вирішити частину проблем суспільства й ладні долати труднощі непорозуміння з боку влади, інших бізнес-структур, частини населення [2].

Соціальний бізнес-проект копіювального центру "Колесики" є студентською ініціативою зі створення саме соціально орієнтованого бізнесу на території України у місті Харкові. Цей проект має на меті не лише започаткувати соціально орієнтоване підприємництво, а й створити прецедент бізнесу, у якому працюватимуть на постійній основі люди зі статусом інваліда, а саме люди в інвалідних візках. Не менш важливою метою цього проекту є привернення уваги українського суспільства до проблем людей з інвалідністю. Проектна команда, що складається з авторів статті – студентів бакалаврату ХНЕУ ім. С. Кузнеця, прагне сформулювати розуміння того, що люди з інвалідністю є повноцінними членами суспільства, проте через недбале ставлення держави та незацікавленість бізнес-структур вони не мають постійного місця роботи й адекватної заробітної платні. За проектом приміщення центру буде розмежоване таким чином, аби працівникам не потрібно було пересуватись на певну відстань – усі прилади знаходяться під рукою.

Створюючи на кошти інвесторів великий зручний центр друку в місті Харкові, що надаватиме всі види друкарських послуг, від звичайного ксероксу до оформлення книг і журналів, працівниками якого будуть люди з обмеженими фізичними можливостями, проектна команда спонукає кожну небайдужу людину зробити свій, нехай і невеликий, внесок у вагому для суспільства справу – відстоювання прав інвалідів в Україні. Назва "Колесики" асоціює даний проект із, по-перше, постійним рухом вперед, розвитком, тобто змінами до кращого у суспільстві; по-друге, з маленьким колесом у механізмі годинника, без якого він не працюватиме. Авторський проект – це лише перший крок до покращення рівня життя людей з інвалідністю за рахунок соціально орієнтованого підприємництва, але молодь міста Харкова вірить у те, що цей крок спонукатиме до руху весь механізм життя в Україні.

Крім того, проект не має зарубіжних аналогів, а у перспективі його можна масштабувати не лише на території нашої держави, але й за кордоном, де проблема ставлення суспільства до людей з інвалідністю та їх гідного працевлаштування постає не менш гостро.

Таким чином, розвиток соціальної відповідальності малого та середнього бізнесу для підтримки соціально вразливих верств населення на сьогоднішній день є найважливішим кроком на шляху до оздоровлення суспільства. Проект створення соціально орієнтованого бізнесу "Колесики", що пропонується до розгляду органів влади, інвесторів та благодійних організацій, розроблено з урахуванням наведених теоретичних принципів соціального підприємництва.

*Наук. керівн. Биба Н. М.*

---

**Література:** 1. Комарницький І. Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством [Електронний ресурс] / І. Ф. Комарницький, З. І. Галушка. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/>. 2. Божкова В. В. Соціально відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання / В. В. Божкова, Л. Ю. Сагер // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 1. – С. 145–152.