

РОЗДІЛ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.34

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-1>

Скороход І. П.

Рижов О. А.

Бондар А. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Досліджено теоретичні питання виникнення категорії соціальне підприємство, соціальне підприємство, корпоративна соціальна відповідальність. Соціальне підприємство виникло як відгук на хронічні соціальні проблеми, зокрема безробіття, бідність, роз'єднаність громади тощо. Соціальні підприємства покликані задовольнити нові потреби в саморозвитку, самоідентифікації, самореалізації. Визначено, що основною метою соціального підприємства є соціальний вплив, а не отримання прибутку для власників або акціонерів. Така модель бізнесу надає товари і послуги по підприємницькій моделі, але прибуток використовує, перш за все, для досягнення соціальної мети. В сучасних умовах розвиток соціального підприємства є пріоритетом для України, що обумовлює, в свою чергу, певні зміни в законодавстві, впровадження механізмів активізації відповідної системи інститутів та інституцій.

Ключові слова: соціальне підприємство, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, сучасна модель бізнесу.

Постановка проблеми. Активний розвиток та зв'язку з цим, дискусії щодо соціального підприємства є важливим напрямом досліджень в Україні. Соціальне підприємство – це сучасна модель бізнесу, яка змінює суспільство. Це явище почало зароджуватися в 20 столітті, коли у традиційному бізнесі починає поступово впроваджуватися корпоративна соціальна відповідальність. Підприємець починає розуміти, що він діє у середовищі, яке не закрито для інших, що його дії впливають на учасників економічного процесу. Проявів соціальної відповідальності у формі підтримки інвестицій у соціальні проекти, благодійності у соціальних чи екологічних заходах, потребують подальших теоретичних обґрунтувань, які в подальшому нададуть можливість виробити практичні рекомендації щодо ефективного їх використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань розвитку соціального підприємства займалися ряд вітчизняних та зарубіжних вчених сучасності, серед яких слід виділити: А. Арапетян, І. Березяк, Ю. Благоев, Ю. Боднар, Д. Борнштейн, І. Босак, З. Варналії, З. Галушка, Г. Давидовська, Н. Добров, Л. Долуд, О. Кіреєву, В. Коваленко, І. Лебедева, Г. Матвієнко-Біляєва, О.А. Московська, М. Новікова, С. Сафарова, А. Свічук, І. Ткачук, А. Толстова, Є. Фахрутдінов, Л. Черчік та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, ще й досі не розроблено вітчизняної доктрини регулювання розвитку соціального підприємства.

Виклад основного матеріалу. Досвід соціального підприємства почав активно накопичуватися приблизно з 1970-80-их років ХХ ст., з'явившись майже одночасно в різних країнах світу з різними економічними і соціальними умовами, а в 1990-х рр. також у країнах з перехідною економікою. Перші соціальні підприємства виникли давно (наприклад, найстаріші соціальні підприємства Великої Британії були засновані в кінці

ХІХ століття), але першим, хто дав визначення соціального підприємства був Мухаммад Юнус, соціальний підприємець з Бангладеш, засновник банку Grameen і лауреат Нобелівської премії миру. Банк «Grameen» був заснований Юнусом в 1976 р. з метою – надати фінансові послуги для бідних жінок і найбідніших сімей з тим, щоб допомогти їм подолати бідність через організацію дохідної справи [1].

Це був перший в світі досвід мікрокредитування, який отримав до того ж світове визнання як успішний приклад соціального підприємства. Визнанням у світі є погляд на соціальне підприємство як на новий спосіб соціально-економічної діяльності, в якому поєднується соціальне призначення організації з підприємницьким новаторством і досягненням стійкої самокупності. В його основі лежить функціонування так званих соціальних підприємств, створених з метою вирішення певної соціальної проблеми або проблем, що діють на основі інновацій, фінансової дисципліни і порядку ведення справ, прийнятого в приватному секторі

Таким чином, поняття «соціальне підприємство» та «соціальне підприємство» є взаємопов'язаними, де соціальне підприємство означає процес, діяльність, а соціальне підприємство є його носієм, організаційну структуру, в рамках і за посередництвом якої відповідна діяльність відтворюється і досягає соціального і економічного результату.

Політики та громадські дебати все більше підкреслюють роль соціального підприємства для вирішення соціально-економічних проблем – таких, як бурхливе безробіття та зростаюча нерівність. Соціальні підприємства надають можливість нездоланим індивідам більше можливостей для інтеграції чи реінтеграції на ринку праці, забезпечуючи прискорення соціально-економічного розвитку.

Сьогодні близько 60% населення України бажало би займатися соціальним підприємством

цтвом. Переважно важливість та актуальність соціального підприємництва в Україні розуміє, перш за все, молодь віком від 20 до 24 років. Більша частка респондентів вважає, що переважно необхідно розвивати соціальне підприємство в таких сферах як: екологія (37%), соціально незахищені верстви населення (26%), освіта і кар'єра (20%), інновації та технології (7%) [7]. Це найбільш уразливі сфери. В сучасних умовах у цих сферах формується низка проблем, які держава, на жаль, не може вирішити самостійно.

Окрім заснування нових підприємств, побудованих за допомогою моделі функціонування соціальних підприємств, існує можливість звичайним підприємствам долучитися до вирішення суспільних проблем через так звану «корпоративну соціальну відповідальність». Вона представляє собою систему заходів, акцій чи принципів роботи організації. Важливо, що окрім соціального ефекту, втілення корпоративної соціальної відповідальності також сприяє побудові успішного іміджу компанії, адже цим заслуговує собі прихильність споживачів. Тому, все більше підприємств впроваджують цю філософію у бізнес, бо саме в такий спосіб вони вирішують ті чи інші соціальні проблеми, створюючи для цього, у великих компаніях посади з питань впровадження корпоративної відповідальності. Великі підприємства реалізують свою корпоративну соціальну відповідальність, підтримуючи чи інвестуючи в малі соціальні підприємства.

Така діяльність отримує все більше прихильників як у як державному, так і приватному секторах, хоча вона є складною і потребує багато часу. В той же час впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) має такі причини як: небайдужість до наявних проблем, бажання покращити репутацію, стати більш привабливими для працівників та інвесторів (табл. 1), іноді КСВ впроваджуються під тиском органів місцевої влади, інвесторів та конкурентів [8].

Цікаво, що основні сфери впровадження КСВ та соціального підприємництва по-різному трактують фізичні і юридичні особи. Так компанії державного та приватного секторів дають перевагу сфері розвитку та покращення умов праці персоналу та захисту споживачів (в тому числі воїнів АТО і ВПО) (рис. 1).

В Україні частка саме соціальних підприємств дуже мала. Це зумовлено низкою причин, вирі-

шенню яких останнім часом приділяється чимало уваги. З юридичної точки зору в Україні не існує соціального підприємства через відсутність законодавчої бази. Не розроблено нормативно-правове забезпечення та не проводились емпіричні дослідження діяльності соціальних підприємств, зокрема соціологічні опитування та статистичний аналіз, і особливо в розрізі регіонів. Тому на сьогодні не відомі реальні масштаби діяльності цього сектора і його ключові особливості у різних регіонах. Виникають труднощі і при ідентифікації бізнес-моделей, які використовують соціальні підприємства (SE) у межах всієї країни. Сучасні науковці ще не прийшли до спільної думки стосовно типології існуючих моделей соціальних підприємств в Україні і зазвичай класифікують їх по різному [1].

Але в інших країнах, зокрема в Латвії, є визначення соціальних підприємств, що надає можливість використання цього досвіду і для України. Закон «Про соціальне підприємство» був прийнятий 12 жовтня 2017 р. та набув чинності 1 квітня 2018 р. Він надає визначення соціальних підприємств:

1. Соціальне підприємство – це товариство з обмеженою відповідальністю, яке отримало статус соціального підприємства відповідно до цього Закону і здійснює операції з позитивним соціальним впливом (наприклад, надання соціальних послуг, створення інклюзивного громадянського суспільства, сприяння розвитку освіти, підтримки науки, охорони навколишнього середовища та збереженню, тварини захисту або збереженню культурної різноманітності).

2. Статус соціального підприємства може бути присвоєний товариству з обмеженою відповідальністю мажоритарний пакет акцій якого не належить одному або більше державним структурам, якщо цільова група працевлаштування зазначена як його призначення у статутних документах [2].

Цікавим є досвід Данії в визначенні явища соціального підприємства та соціального підприємництва. Згідно законодавству, соціальні підприємства повинні відповідати наступним п'яти критеріям для маркування соціального підприємства [3]:

– Соціальне призначення – підприємство повинно мати першочергову мету, вигідну суспільству із соціальним, культурним, цілі, пов'язані із працевлаштуванням, охороною здоров'я чи екологією.

Таблиця 1

Основні причини впровадження КСВ компаніями України

Основні причини	Частка компаній
З моральних міркувань	55%
Для покращення репутації компанії	26%
Для збільшення лояльності персоналу	23%
Для покращення інвестиційної привабливості	12%
Для збільшення обсягів продажу	11%
На вимогу місцевої влади	7%
На вимогу материнської компанії	6%
З релігійних спонукань	4%
На вимогу інвесторів	3%
Щоб не поступатися конкурентам	3%
Щоб компенсувати шкоду, заподіяну продукцією компанії	2%
Щоб привернути увагу ЗМІ	1,5%
Інше	8%

Джерело: побудовано авторами на основі [8]

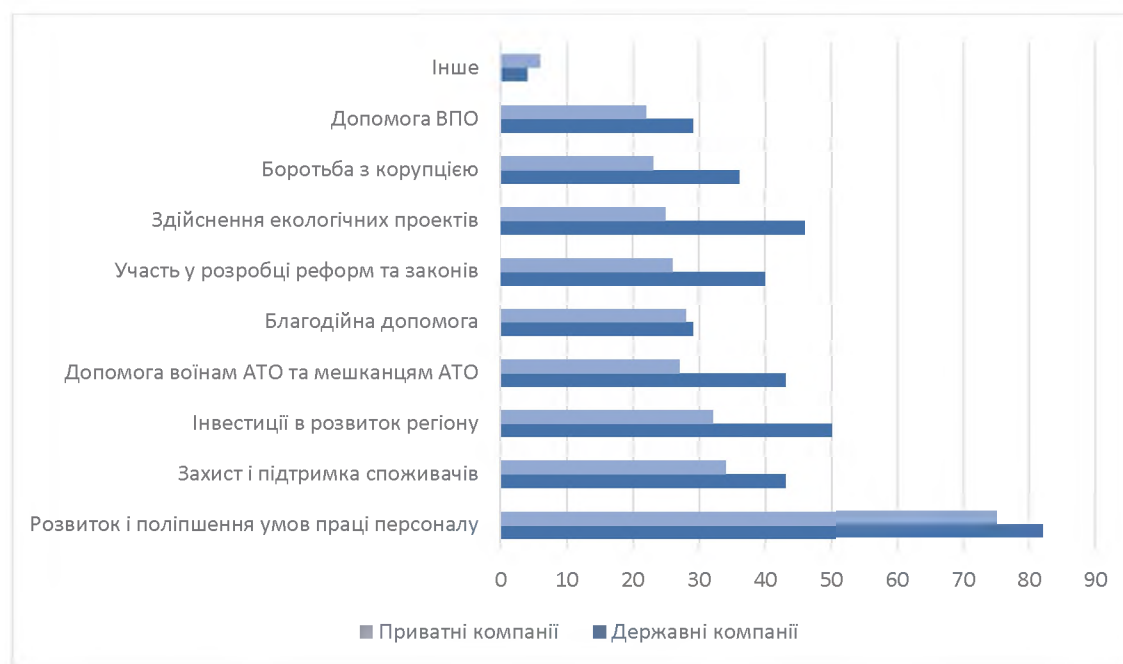


Рис. 1. Основні сфери впровадження КВС державними та приватними компаніями

Джерело: побудовано авторами на основі [8]

– Значна комерційна діяльність – підприємство повинно продавати або товари, або послуги. Ця діяльність повинна приносити дохід.

– Незалежність від органів державної влади – державні органи влади не повинні мати суттєвого впливу на управління або функціонування підприємства.

– Інклюзивне та відповідальне управління – підприємство повинно залучати працівників, клієнтів, партнерів та зацікавлених сторін. Крім того, компанія повинна керуватися відповідно до соціальних цілей.

– Соціальне управління прибутками – підприємство повинно витрачати свої прибутки на соціальні цілі або реінвестувати кошти. Однак обмежена частка прибутку може розподілятися як дивіденди інвесторам або власникам. Прибуток слід реінвестувати на підприємстві, вкладені в інші зареєстровані соціальні підприємства, передані в благодійні організації або розповсюджені як дивіденди для власників та інвесторів в обмеженому обсязі.

У своїх документах Європейська комісія визначає соціальне підприємство наступним чином:

Соціальне підприємство – це оператор соціальної економіки, головна мета якого – мати соціальний вплив, а не отримувати прибуток для своїх власників чи акціонерів. Він функціонує, надаючи товари та послуги на ринку підприємницьким та інноваційним способом і використовує свої прибутки насамперед для досягнення соціальних цілей. Він керується відкрито та відповідально, і, зокрема, залучає працівників, споживачів та зацікавлених сторін, які впливають на його комерційну діяльність.

Сьогодні зареєстрували свою діяльність у каталозі соціальних підприємств України за 2016–2018 роки близько 150 соціальних підприємств, коли в Німеччині їх близько 100 тис. соціальних підприємств, де працює 2,5 млн осіб, у Великій Британії – 60 тис., на яких зайнято 2 млн осіб. Але, якщо згадати, що перший ката-

лог 2013 року містив інформацію лише про 41 соціальне підприємство, то позитивні тенденції очевидні [5].

Яскравий приклад соціального бізнесу в Харкові – «Шафа добра». Це два магазини, які направляють прибуток у «Харківський центр допомоги вагітним». За 2017 рік вони перерахували 100 тисяч гривень. Товари для продажу пожертвують городяни або місцеві виробники, тому асортимент може бути непередбачуваним. Тут є одяг, взуття, дитячі іграшки, техніка, предмети інтер'єру. Крім продажу, приблизно 90% одягу «Шафа добра» передає в різні організації. Наприклад, в благодійний фонд «Деполь Україна», який займається допомогою бездомним, і в будинок інвалідів в Барвінкове [4].

У Полтаві соціальне підприємництво розвивається на базі благодійної організації «Світло надії». Вона займається реабілітацією і соціалізацією звільнилися з в'язниці, наркозалежних, людей з ВІЛ-статусом, переселенців, які постраждали від торгівлі людьми і бездомних, соціальна пекарня Good Bread From Good People, де працюють люди з ментальної інвалідністю відкрилася в Києві, її заснував 21-річний киянин Владислав Малащенко.

Сперклі Ф. [4] у своїх працях визначає три форми (моделі) соціального підприємництва в Україні: некомерційна організація, що працює в секторі своєї основної діяльності; некомерційна організація, яка використовує комерційну структуру для фінансування програм Організації за рахунок накопиченого доходу; юридична особа (підприємство для людей з особливими потребами), яка не сплачує податки, якщо більше 50% її співробітників складають люди з обмеженими фізичними або психічними можливостями. Проте, ця класифікація не застосовна до визначення загальної моделі соціального підприємства в Україні, оскільки визначена лише для некомерційних організацій та юридичних осіб для людей з обмеженими фізичними можливостями.

Окремі вчені використовують організаційно-правові форми соціальних підприємств в якості критеріїв класифікації для визначення моделей соціального підприємництва. Взагалі акцентують увагу на двох із основних групи соціальних підприємств: моделі радянського часу та моделі, які виникли в сучасній ринковій економіці.

Більшість зареєстрованих в Україні як соціальні підприємці, мають одну з трьох організаційно-правових форм: індивідуальний підприємець, індивідуальний підприємець, зареєстрований як НУО, та неурядова організація. Тому виникають юридичні казуси з чинним законодавством України стосовно визначення таких категорій. Однак, незважаючи на цей правовий антагонізм, перераховані форми (моделі) є визначальними для класифікації вітчизняних соціальних підприємств.

Діяльність благодійних фондів в Україні регулюється Законом про благодійництво та благодійні організації. Благодійні фонди не можуть отримувати доходи і розподіляти їх серед засновників, членів органу управління або працівником фонду. Вищим органом управління фонду є загальні збори організації. Але господарська діяльність благодійних фондів обмежена та спрямована на підтримку та захист прав бенефіціарів, які не прагнуть задовольняти потреби всієї спільноти.

Громадське об'єднання є організаційною формою, яка знаходиться найближче до соціального підприємства в українському контексті. За нашим законодавством це незалежна комерційна організація (добровільне об'єднання), створена одним засновником і заснована на приватній власності членів об'єднання з метою проведення економічної діяльності для задоволення своїх потреб, зокрема суспільних, соціальних, екологічних та інших [5].

Виділяють три основні характеристики соціального підприємства. По-перше, торгівля – життєздатність цих підприємств досягається саме через торговельну/комерційну діяльність. По-друге, соціальне призначення – в основі їх діяльності – соціальні цілі (створення робочих місць, проведення тренінгів та розвиток певних навичок, надання послуг та виробництво товарів а місцевому рівні). По-третє, соціальна власність – вони перебувають у власності громад (користувачів послуг або клієнтів, місцевих громадських об'єднань тощо). Як приклади соціальних підприємств можна навести підприємства, що належать та керуються громадою, наприклад, сільські магазинчики або будівлі, що слугують суспільним потребам громад; заклади огляду за дітьми, що належать та адмініструються батьками; кредитні спілки; кооперативи; трасти розвитку – організації, що володіють майном (яке може бути надано органами місцевої влади), наприклад, будинком, який вони можуть використовувати для одержання прибутку для своїх соціальних цілей [5].

Соціальне підприємництво виникло як відгук на хронічні соціальні проблеми: безробіття, бідність, роз'єднаність громади тощо. Соціальні підприємства покликані задовольнити ті потреби членів громади, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує. Саме це є нішею для діяльності соціальних підприємств. Саме місцеві громади отримують основну користь від розвитку соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво допомагає надавати державні послуги в новий спосіб та задовольняти потреби громади; створювати робочі місця; збагачувати професійний досвід людей, які працюють у соціальних підприємствах, задля подальшого

працевлаштування за сучасних ринкових умов; розвивати громади, залучаючи до громадського життя доцільно вразливі та маргіналізовані групи населення, забезпечуючи їх членів роботою; розширювати активність громадян, які можуть самостійно розв'язувати свої проблеми та брати відповідальність за своє життя; посилювати увагу до соціально незабезпечених груп населення, не стільки надаючи їм благодійну допомогу, скільки забезпечуючи їх корисною соціально значущою роботою; відроджувати сільські та міські території і поліпшувати їх соціальну інфраструктуру тощо. Враховуючи зміст і завдання соціального підприємництва, виділяють декілька моделей соціальних підприємств.

Типологію соціальних підприємств досліджувала і О. Кіреєва [5]. Вона використала основні положення Концепції з соціальних питань для розробки класифікації на основі аналізу конкретних особливостей діяльності соціальних підприємств у Львівській області. У результаті було визначено п'ять основних моделей соціальних підприємств. Такий підхід до ідентифікації моделей соціальних підприємств є найбільш прийнятним, оскільки він розроблений на основі аналізу емпіричних даних діяльності конкретних підприємств. Соціальне підприємництво ставить перед собою як соціальні, так і економічні цілі. Соціальні підприємства поєднують свою комерційну діяльність і пріоритети соціальної мети.

В. Бібікова [6] запропонувала консолідувати окремі з перерахованих вище моделей. Зокрема, вона вважає, що модель підтримки підприємця, модель ринку посередника і моделі ринку зв'язку потрібно об'єднати в одну групу під назвою модель підтримки підприємця, оскільки всі вони передбачають надання посередницьких послуг іншим організаціям та забезпечення їхнього виходу на ринок. Автор виділяє п'ять основних моделей соціальних підприємств, виходячи з особливостей їхньої діяльності. Ці моделі повністю описують всю різноманітність соціальних підприємств в Україні.

1. *Модель підтримки підприємця.* Компанії, що належать до цієї моделі, надають своїй цільовій аудиторії (потенційним підприємцям) послуги, необхідних для успішного відкриття та розвитку власного бізнесу. Послуги, що надаються підприємствами цієї моделі, як правило, складають соціальну програму підприємства. Проте, вони можуть також залучати свої ресурси для досягнення соціальних цілей. Споживачами соціальних підприємств даної моделі є юридичні та фізичні особи, які працюють над створенням або розвитком власного бізнесу. Крім того, спеціалізація у цій сфері є дуже відносною, оскільки підприємства цієї групи зазвичай займаються додатковими видами діяльності, зокрема наданням бухгалтерських послуг.

Ця модель також включає і кредитні спілки, жодна з яких не була обрана для аналізу як соціальний підприємець в Україні. Це – некомерційні організації, засновані на кооперативних принципах, які прагнуть задовольнити потреби своїх членів шляхом надання взаємного кредитування і фінансових послуг за рахунок фінансових внесків членів спілки. Ці організації можуть надавати кредити і приватним підприємствам та особам, які не є членами профспілки. Кредитні спілки можуть також фінансувати інші аналогічні союзи і проводити благодійні заходи. Кількість кредитних спілок в Україні з кожним роком збільшу-

ється. Цей факт можна розглядати як позитивну тенденцію з точки зору подолання головної проблеми соціальних підприємств в Україні – нестачі фінансових ресурсів.

Серед переваг підприємств, які входять до моделі підтримки підприємця, – здатність підвищувати добробут своїх співробітників і клієнтів, збільшуючи свою частку на ринку та прибутковість. Розвиток цієї моделі також відображає концепцію інформатизації суспільства, відповідно до якої зростає роль надання послуг.

2. Модель зайнятості (робота по інтеграції). Компанії, що належать до цієї моделі, забезпечують можливості зайнятості та професійної підготовки для вразливих груп населення (інвалідів, сільських робітників, бездомних, колишніх в'язнів, жінок у важкій життєвій ситуації, наркоманів і алкоголиків).

Такі підприємства надають допомогу у працевлаштуванні, проводячи навчання для бажаючих отримати професії, що не вимагають високої кваліфікації, і для яких існує попит на ринку. Частина компаній, що відносяться до моделі зайнятості, надають роботу людям з особливими потребами. Багато з таких підприємств досягли стадії сталого розвитку та здатні підтримувати свій бізнес самостійно за рахунок продажу товарів і/або надання послуг. Прибуток розподіляється між реінвестуванням та соціальними цілями, відсоток залежить від внутрішніх правил організації.

Розвиток цієї моделі соціального підприємства є одним з найважливіших для України, оскільки сьогодні спостерігається високий рівень безробіття, спричиненого політичною та економічною кризами в поєднанні з соціальною нестабільністю. Дана модель підприємств (та зростання кількості і якості) надасть можливість знизити соціальну напруженість в українському суспільстві за рахунок вирівнювання нерівності.

3. Модель субсидування. Соціальна місія і комерційна діяльність підприємств цієї категорії не пов'язані. Їхня комерційна діяльність орієнтована виключно на отримання прибутку, який використовується для фінансування соціальних програм. Крім того, підприємства цієї моделі здійснюють свою економічну діяльність та виконують соціальну програму самостійно, без будь-яких додаткових підпорядкованих структур. Значна частка прибутку (завичай, не менше 50% від доходу компанії) витрачається на соціальні потреби. Недоліком підприємств такої моделі те, що комерційна діяльність і соціальна місія ізольовані одна від одної. Однак, підприємства цього типу мають хороші шанси для просування в рамках української економіки, оскільки види діяльності, які вони можуть займатися не обмежені.

4. Модель плата за послуги. Українські юридичні особи, що належать до цієї моделі, надають своїй цільовій аудиторії (діти, інваліди, безробітні, молодь тощо) послуги, які є джерелом доходу для організації і одночасно складають її соціальну програму. Найбільш поширеною правовою формою таких підприємств є підприємства, створені за ініціативою громадських організацій (об'єднань громадян) або кооперативів, які працюють у сфері послуг. Поряд з послугами, що надаються, компанія в окремих випадках виробляє деякі товари. Цей тип моделі соціальних підприємств є одним з найбільш передових в Україні. Пропоновані продукти або послуги повинні бути конкурентоспроможними на ринку, щоб генерувати достатні фінансові ресурси не тільки для забезпечення

виживання підприємства, але і для покриття витрат, пов'язаних з забезпеченням цільової аудиторії цими товарами безкоштовно або за зниженою ціною. Крім того, такі підприємства шукають ефективні методи надання послуг з метою залучення якомога більшої кількості бенефіціарів. Соціальні підприємства цієї групи широко використовують інновації та креативність.

В. Бібікова вважає, що соціальні підприємства, що належать до моделі плата за послуги, найкраще адаптовані до українських реалій. Вони найбільш інноваційні, творчі та гнучкі. Більше того, вони, як правило, не потребують значних ресурсів (людських, законодавчих, стартового капіталу) для заснування. Такі підприємства мають найбільші шанси, щоб успішно розвиватись і стати ядром українського соціального підприємництва.

5. Модель організаційної підтримки. Ключовою особливістю підприємств цієї групи є те, що вони використовують дохід, отриманий від їхньої комерційної діяльності, для підтримки своєї головної організації. Підприємства, що належать до цієї моделі, можуть бути підпорядковані неурядовим організаціям, об'єднанням, індивідуальним підприємцям або товариствам та прагнути фінансової незалежності та автономії. Вони використовують працю добровольців, а сфера їхньої діяльності може варіюватися від виробництва до надання послуг.

Не всі існуючі соціальні підприємства можуть бути безпосередньо віднесені до однієї з п'яти запропонованих моделей у зв'язку з характером їх діяльності. Наприклад, окремі з них займаються виробництвом і продажем та використовують свій прибуток для підтримки некомерційних проєктів громадської організації, одночасно створюючи робочі місця для соціально незахищених груп населення. Такі соціальні підприємства можна віднести як до моделі зайнятості, так і до моделі організаційної підтримки.

Моделі соціального підприємництва в Україні все ще знаходяться на початкових етапах їх формування і не завжди можуть оцінюватися як повноцінні соціальні підприємства. Проблемою при цьому є відсутність інструментарію емпіричного оцінювання процесів становлення та функціонування соціального підприємництва через не розробленість методології статистичного оцінювання і спостереження цих економічних процесів. Окремого дослідження потребує проблематика, пов'язана з адаптацією ефективних моделей соціального підприємництва в регіонах України, що різняться між собою за рівнем розвитку соціально-гуманітарної сфери та рівнем економічного розвитку.

Висновки і пропозиції. Для України перехід від екстрактивної до інклюзивної економіки – це єдина можливість подолати величезну прірву між бідними та багатими, змінити сировинну економіку на економіку виробництва, позбутись заборгованості перед міжнародними інституціями, розробити ефективну національну стратегію розвитку, досягти визнання у світі. Кооперація на сучасному етапі може стати дієвим інструментом поєднання розвитку сучасної ринкової економіки та формування ефективної соціальної політики. Сучасна Європа основою своєї цивілізаційної моделі обрала підприємництво та освіченість.

Розвиток соціального підприємництва є пріоритетною моделлю для України, що обумовлює, в свою чергу, певні зміни в законодавстві, розробку низки нормативних актів, впровадження механізмів

мів активізації даної моделі, відповідної системи інститутів. Наразі соціальне підприємництво знаходиться на етапі розвитку в Україні, але спостерігається позитивна тенденція його розвитку.

Соціальне підприємництво та корпоративна соціальна відповідальність дозволяє подолати негативні наслідки сучасної ринкової економіки,

які держава не може вирішити це достатньою мірою. Таких як проблема зайнятості соціально уразливих груп населення, екологічні, соціальні та інші. В той же час соціальне підприємництво, як і звичайне підприємництво, має на меті отримання прибутку, створення робочих місць, залучення інвестицій та міжнародних грантів.

Список використаних джерел:

1. Аджемоглу Д., Робінсон Д. Чому нації занепадають. Пер. з англ. О. Дем'янчука. К., Наш Формат. 2016. 440 с.
2. Барва Я. До економічного процвітання через кооперацію та «народний капіталізм». URL: <http://flashontimenews.com/politika/item/13284doekonomichnogoprotsvitannayacherezkooperatsiyutanarodnijkapitalizm.html>. (дата звернення: 23.10.2019).
3. Сперклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. Британська Рада, 2011. URL: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/britishcouncil.ua/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf (дата звернення: 22.10.2019).
4. Социальное предпринимательство в Украине: Европейское исследование. Обмен опытом. URL: <http://sesp.org.ua> (дата звернення: 23.10.2019).
5. Kirieieva O. B. Social enterprise as an instrument of public social policy. Public Administration: Theory and Practice. 2011. № 2 (6). URL: [http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf). (дата звернення: 13.09.2019).
6. Bibikova V. Social Enterprise in Ukraine. International Comparative Social Enterprise Models. ICSEM Working Papers. 2015. No. 12. Liege: The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project. 39 p.
7. Результати соціального опитування. U-Report. Веб-сайт. URL: <https://ukraine.ureport.in/v2/opinion/3090/> (дата звернення: 22.08.2019).
8. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. К.: Видавництво «Юстон», 2017. 52 с.
9. База соціальних підприємств України. Веб-сайт Social Business in UA. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/ (дата звернення: 22.08.2019).

References:

1. Ajemorlu D., Robinson D. (2016). *Chomu natsii zanepadaiut [To whom the nationalities are overlooked]*. Kyiv: Our Format. [in Ukraine].
2. Barva J. Do ekonomichnoho protsvitannia cherez kooperatsiiu ta «narodnyi kapitalizm» [Towards economic prosperity through co-operation and “popular capitalism”]. Retrieved from: <http://flashontimenews.com/politics/item/13284-doekonomichnoho-protsvitannia-cherez-kooperatsiyu-ta-narodnij-kapitalizm.html>. (accessed 22 October 2019). [in Ukraine].
3. Sperkley F. (2011). *Posibnyk z planuvannia sotsialnogo pidpriemnytstva [A guide to social entrepreneurship planning]*. Kyiv: British Council, 2011. Retrieved from: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/britishcouncil.ua/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf. (accessed 23 October 2019). [in Ukraine].
4. U-Report. (2019). *Sotsyalnoe predprynymatelstvo v Ukrainy: Evropeiskoe yssledovanye. Obmen opytom [Social Entrepreneurship in Ukraine: A European Study. Experience exchange]*. Retrieved from: <http://sesp.org.ua> (accessed 23 October 2019). [in Russian].
5. Kirieieva O. B. (2011). *Sotsialne pidpriemnytstvo yak instrument derzhavnoi sotsialnoi polityky [Social enterprise as an instrument of public social policy]*. Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka – Public Administration: Theory and Practice. No2(6). Retrieved from: [http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf). (accessed 13 September 2019). [in Ukraine].
6. Bibikova V. (2015). Social Enterprise in Ukraine. International Comparative Social Enterprise Models. ICSEM Working Papers. 2015. No. 12, Liege : The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project. 39 p.
7. Social survey results. Website. Retrieved from: <https://ukraine.ureport.in/v2/opinion/3090/>. (accessed 22 August 2019).
8. Zinchenko A., Saprykina M. (2017). *Rozvytok KSV v Ukraini: 2010–2018. [CSR Development in Ukraine 2010-2018]*. Kyiv : Yuston. (accessed 21 October 2019). [in Ukraine].
9. Social Business in UA. (2019). *Baza sotsialnykh pidpriemstv Ukrainy [Database of Social Enterprises of Ukraine]*. Retrieved from: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/ (accessed: 8 August 2019)

Скороход И. П.

Рыжов А. А.

Бондарь А.В.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Резюме

Исследованы теоретические вопросы возникновения категории социальное предприятие, социальное предпринимательство, корпоративная социальная ответственность. Социальное предпринимательство возникло как отклик на хронические социальные проблемы, в частности, безработица, бедность, разобщенность общества. Социальные предприятия призваны удовлетворить новые потребности в саморазвитии, самоидентификации, самореализации. Определено, что основной целью социального предприятия является социальное влияние, а не получение прибыли для владельцев или акционеров. Такая модель бизнеса предоставляет товары и услуги по предпринимательской модели, но прибыль использует, прежде всего, для достижения социальной цели. В современных условиях развитие социального предпринимательства является приоритетом для Украины, что обуславливает, в свою очередь, определенные изменения в законодательстве, внедрение механизмов активизации соответствующей системы институтов и институций.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, современная модель бизнеса.

Skorokhod Iryna
Ryzhov Oleksii
Bondar Anastasiia

Odesa I. I. Mechnikov National University

PECULIARITIES OF DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTERPRISE IN UKRAINE

Summary

Theoretical questions of the emergence of the category social enterprise, social entrepreneurship and corporate social responsibility are investigated. The theoretical foundations of social responsibility and social entrepreneurship are explored. It is determined that they were formed in the 20th century when corporate social responsibility was gradually introduced in traditional business. A social enterprise is a social economy operator whose main purpose is to have a social impact, not to make a profit for its owners or shareholders. It operates by providing goods and services in the market in an entrepreneurial and innovative way and uses its profits primarily to achieve social goals. It is managed openly and responsibly, and in particular engages employees, consumers and stakeholders who influence its business activities. Social enterprises provide disadvantaged individuals with greater opportunities for integration or reintegration in the labor market, while accelerating socio-economic development. Social entrepreneurship has emerged as a response to chronic social problems such as unemployment, poverty, community disunity, and more. Social enterprises are designed to meet the new needs for self-development, self-identification, self-realization, relevant and important both theoretically and practically. Social enterprises provide more deprived individuals with opportunities for integration or reintegration in the labor market, while accelerating socio-economic development. In international practice, there is no clear definition of a social enterprise, but there is a clear understanding of its basic component – the main purpose of a social enterprise is social influence, not profit for owners or shareholders. The new business organization provides products and services in the market on an entrepreneurial model, and uses profits primarily to achieve social goals. Not only does a social enterprise provide a product or service, but it sells history and a sense of involvement in something good. Therefore, in modern conditions the development of social entrepreneurship is a priority for Ukraine, which in turn causes certain changes in legislation, development of a number of regulations, implementation of activation mechanisms. the relevant system of institutions and institutions.

Keywords: social entrepreneurship, social responsibility, corporate social responsibility, modern business model.