

УДК 338.246

Кот Л. Л.

kot_liudmyla@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-5412-1639

к.е.н., доц., доцент кафедри екологічного менеджменту та підприємництва, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ ПОГЛЯД

Анотація. У статті досліджено зарубіжні і вітчизняні теоретико-економічні підходи до вивчення соціального підприємництва, виділено характеристики, властиві соціальному підприємству, які відрізняють явище від традиційних некомерційних і комерційних організаційно-управлінських форм ведення діяльності: 1) пріоритетність соціальної місії; 2) інноваційність; 3) адресність; 4) змішані джерела фінансування; 5) подвійність в оцінці ефективності; 6) інвестиційний характер діяльності; 7) фінансова стійкість; 8) обмежений розподіл прибутку. В результаті виділення і вивчення основних характеристик соціального підприємництва, а також поглядів вчених на значення вищевказаних характеристик у визначенні соціального підприємства, виділено параметри, за якими погляди вчених в гуманітарній науці на соціальне підприємство є різними: 1) межі соціального підприємства; 2) форми соціального підприємства; 3) сутність соціального підприємства; 4) інноваційність; 5) джерела фінансування; 6) обмеження в розподілі прибутку; 7) обмеження сфер діяльності. Зазначено, що в даний час практично всі дослідники в якості основних характеристик соціального підприємства відзначають обов'язкову пріоритетність соціальної місії, адресність діяльності, фінансову стійкість. Запропоновано до складу основних характеристик соціального підприємства включати також наступні – змішані джерела фінансування, подвійність в оцінці ефективності, обмежений розподіл прибутку. Сформульовано визначення соціального підприємства як діяльності, спрямованої на реалізацію проголошеної соціальної місії, пов'язаної з підвищенням добробуту і якості життя певних груп населення, що використовує змішані методи управління і джерела фінансування, здатна генерувати дохід, що спрямовується в першу чергу на реалізацію соціальної місії. Визначено, що основними суб'єктами соціального підприємства є соціальні підприємства у формі комерційних, некомерційних організацій або приватних підприємців, діяльність яких відповідає зазначеним у цьому дослідженні характеристикам соціального підприємства. Виділено основне протиріччя, характерне для соціального підприємства – прагнення до досягнення соціальної місії, з одного боку, і необхідність отримання доходу, з іншого боку, внаслідок чого виникають і інші суперечності – в комбінуванні джерел фінансування; в оцінці ефективності соціального підприємства – необхідності оцінювати як соціальну, так і економічну ефективність; в необхідності підтримки фінансової стійкості діяльності і прагненні досягнення інвестиційного соціального ефекту.

Ключові слова: національна економіка, соціальне підприємство, підприємець, комерційна організація, неприбуткова організація, джерела фінансування, економічна ефективність, інноваційність, фінансова стійкість.

Kot Liudmyla

Ph.D., Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Environmental Management and Entrepreneurship, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

KEY CHARACTERISTICS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: A MACROECONOMIC VIEW

Abstract. The article examines foreign and domestic theoretical and economic approaches to the study of social entrepreneurship, highlights the characteristics inherent in social entrepreneurship that distinguish the phenomenon from traditional non-commercial and commercial organizational and managerial forms of Doing Business: 1) priority of the social mission; 2) innovativeness; 3) targeting; 4) mixed sources of financing; 5) duality in evaluating effectiveness; 6) investment nature of activities; 7) Financial Stability; 8) limited

distribution of profits. As a result of identifying and studying the main characteristics of social entrepreneurship, as well as the views of scientists on the significance of the above characteristics in the definition of social entrepreneurship, the parameters are identified according to which the views of scientists in the humanities on social entrepreneurship are different: 1) the boundaries of social entrepreneurship; 2) forms of social entrepreneurship; 3) the essence of social entrepreneurship; 4) innovativeness; 5) sources of financing; 6) restrictions in the distribution of profits; 7) restrictions on areas of activity. It is noted that currently almost all researchers note the mandatory priority of the social mission, targeting of activities, and financial stability as the main characteristics of social entrepreneurship. It is proposed to include the following in the main characteristics of social entrepreneurship: mixed sources of financing, duality in evaluating efficiency, and limited profit distribution. The definition of social entrepreneurship is formulated as an activity aimed at implementing the proclaimed social mission related to improving the well-being and quality of life of certain groups of the population, using mixed management methods and sources of financing, capable of generating income, which is directed primarily to the implementation of the social mission. It is determined that the main subjects of social entrepreneurship are social enterprises in the form of commercial, non-profit organizations or private entrepreneurs, whose activities correspond to the characteristics of social entrepreneurship indicated in this study. The main contradiction characteristic of social entrepreneurship is highlighted – the desire to achieve a social mission, on the one hand, and the need to generate income, on the other hand, as a result of which other contradictions arise – in combining sources of financing; in assessing the effectiveness of a social enterprise – the need to evaluate both social and economic efficiency; in the need to maintain the financial stability of activities and the desire to achieve an investment social effect.

Key words: national economy, social entrepreneurship, entrepreneur, commercial organization, non-profit organization, sources of financing, economic efficiency, innovation, financial stability.

JEL Classification: L26

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-32-05>

Постановка проблеми. Актуальність теми дослідження зумовлена нагальністю вивчення змістовних і структурних модифікацій сучасного підприємництва в національній економіці. В даний час особливо актуальним для дослідження видається соціальне підприємництво, що будується на унікальному комбінуванні соціальних і економічних ефектів, на вирішенні особливо гострих соціальних проблем специфічними соціально-економічними засобами. Соціальне підприємництво у формі суспільно-економічного та організаційного явища в наш час досить часто стає предметом аналізу вчених, представників бізнесу і держави.

Розвиток соціально-економічних відносин сьогодні демонструє неможливість ринкового механізму вирішувати серйозні суспільно значущі проблеми. Зростаюча нерівність якості життя різних груп населення, безробіття, недостатнє виробництво соціально значущих товарів і послуг, складність інтеграції в економічне і соціальне життя соціально незахищених категорій громадян мають місце незалежно від того, як би успішно не розвивалася соціально-економічна система. Разом з тим держава, реалізуючи коригувальну функцію з метою забезпечення соціальної справедливості для всіх категорій громадян, будучи гарантом надання суспільних благ, часто демонструє неефективність в питаннях соціальної політики.

Дослідження основних характеристик соціального підприємництва та відповідних науко-

вих підходів до їх визначення є важливим для поглиблення знань про досліджуване явище, а також для створення необхідної емпіричної бази з метою прогнозування векторів сталого розвитку національної економіки України в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливостям соціального підприємництва присвячені наукові праці: І. Босак, З. Варналія, М. Волкової, З. Галушки, В. Геєця, М. Голуб, А. Дюк, В. Звонара, О. Карінцевої, О. Кіреєва, В. Кокотя, І. Комарницького, А. Корнецького, С. Король, Ж. Крисько, Т. Лункіної, Г. Матвієнко-Біляєвої, А. Мокія, О. Набатової, В. Назарука, О. Овсянюк-Бердадіної, В. Смаль, Н. Супрун, О. Шпикуляка.

Важливими для дослідження обраної теми є роботи зарубіжних вчених, зокрема: К. Альтер, Д. Борнштейна, Г. Діза, Б. Дрейтона, П. Друкера, Дж. Кікал, І. Марті, С. Осберг, Й. Шумпетера, М. Юнуса.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є визначення ключових особливостей та характеристик соціального підприємництва з точки зору національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальне підприємництво виникло за активної участі людини особливого типу – небайдужої до соціальних проблем, здатної знаходити інноваційні способи їх вирішення. Це явище з'явилося в період необхідності пошуку нових джерел ресурсів і підвищення ефективності вирішення соціальних завдань. Причиною складності дослідження

соціального підприємництва та існування різноманітних його трактувань є змішування в рамках одного виду діяльності соціальних і економічних цілей, завдань, методів.

На підставі аналізу зарубіжних і вітчизняних досліджень теоретичних підходів до вивчення соціального підприємництва є можливим виділити характеристики, властиві соціальному підприємству, які відрізняють явище від традиційних некомерційних і комерційних організаційно-управлінських форм ведення діяльності.

1. Пріоритетність соціальної місії.

Основною відмінністю соціального підприємства від традиційних комерційних видів діяльності є наявність і пріоритетність центральної соціальної мети або соціальної місії. Постановка місії в даний час є загальновизнаним інструментом менеджменту комерційних організацій. Місія пояснює сенс існування компанії, її положення і роль на ринку. Місія є чітким формулюванням цілей і завдань організації, а також, в деяких випадках, її доповнюють механізмами досягнення цілей. На відміну від соціальної місії, місія комерційних організацій пов'язана з інтересами власників компанії (зі збільшенням прибутку і вартості компанії), є способом підвищення мотивації співробітників організації, використовується як інструмент маркетингу для підвищення продажів, збільшуючи лояльність клієнтів [1].

Необхідно відзначити, що окрім економічного існує і соціальний ефект від діяльності всіх комерційних організацій – створення робочих місць, виробництво необхідних для суспільства товарів або послуг, здійснення відрахувань до бюджету, створення інфраструктури для розвитку територій. Крім цього, все більше комерційних організацій починають впроваджувати систему корпоративної соціальної відповідальності, під якою мається на увазі напрямок діяльності компанії, що забезпечує ефективну взаємодію підприємства з суспільством і державою, реалізує соціальну політику всередині компанії. Однак, як правило, корпоративна соціальна відповідальність в першу чергу відповідає інтересам самої компанії, оскільки зорієнтована на створення позитивної репутації для організації, забезпечує підтримку населення та органів влади.

Соціальна місія завжди гуманітарна, пов'язана з людиною, підвищенням її добробуту і якості життя. Стосовно до соціальних підприємств соціальна місія пояснює, в якій соціально значущій сфері вони функціонують, чий суспільні інтереси захищають, які соціальні проблеми вирішують. При цьому соціальна місія має пряий вплив на діяльність організації. Для соціальних підприємств соціальна місія чітко визначена і є центральною, їй відповідають принципи і цінності організації. Соціальні підприємці прямо і безпосередньо вирі-

шують соціальну проблему, обрану відповідно до своєї місії. Соціальна місія стає способом визнання за соціальним підприємцем взятої на себе відповідальності. Вона дозволяє не відхилитися від соціальних пріоритетів, навіть за умови впливу зовнішніх обставин, що динамічно змінюються. Соціальна місія також містить у собі можливості до оцінки діяльності соціальних підприємств, оскільки може формувати необхідні критерії для такої оцінки. Таким чином, соціальна місія має пряий вплив на те, яким чином соціальні підприємці сприймають свої можливості і приймають управлінські рішення, що має пріоритетне значення в структурі цілей і завдань організації [2].

2. Інноваційність.

Інноваційність в контексті соціального підприємства означає застосування нових або найбільш ефективних способів реалізації визначеної соціальної місії. Інноваційність може бути досягнута завдяки:

- винаходу нового механізму вирішення соціальних проблем;
- виробництву нових, що не існували раніше, товарів або послуг, які мають соціальне значення;
- залученню до зайнятості незадіяних раніше категорій громадян;
- задоволенню потреб спільнот, що залишаються поза полем зору комерційних, некомерційних або державних структур;
- впровадженню інноваційних організаційно-управлінських форм ведення діяльності в рамках реалізації соціальної місії;
- використанню нових джерел фінансування діяльності [3].

3. Адресність.

Соціальні підприємці вирішують соціальні проблеми конкретної території або спільноти, як правило, проживаючи на цій території або являючись учасниками спільноти. Таким чином, соціальні підприємці, бувають добре знайомі з характером вирішуваних соціальних проблем, враховують специфічні демографічні, культурні та інші фактори. З цієї причини соціальне підприємство можна розглядати як фактор сталого розвитку регіонів.

4. Змішані джерела фінансування.

В якості джерел фінансування соціальні підприємства можуть використовувати як джерела, характерні для комерційної діяльності – доходи від підприємницької діяльності, позики і кредити, залучення коштів інвесторів, так і традиційні для некомерційних організацій джерела фінансування – внески і пожертви від фізичних і юридичних осіб, державні дотації, інші джерела, що не суперечать законодавству. Необхідність залучення різноманітних джерел фінансування пояснюється невисокою рентабельністю або відсутністю рентабельності соціальних підприємств.

5. Подвійність в оцінці ефективності.

Ефективність для соціального підприємства – це інтеграція соціальної та економічної віддачі. Фінансова результативність або отримання прибутку, залишається метою, але є не єдиною і не головною метою. На перший план виходить соціальна ефективність – тобто ступінь досягнення соціальним підприємством його соціальної місії. Соціальна ефективність досягається за рахунок вирішення конкретної соціальної проблеми, усунення провалів ринку, підвищення задоволеності, якості життя, зростання добробуту цільової аудиторії, ініціювання системних змін у соціальній сфері [4].

6. Інвестиційний характер діяльності.

Соціальні підприємці, вкладаючи в свою діяльність всі доступні їм види ресурсів – грошові кошти, рухоме і нерухоме майно, технології, інтелект тощо – не очікують отримання прибутку, пропорційного вкладенням або ринковій нормі рентабельності. Вони розраховують на досягнення позитивного соціального ефекту в майбутньому. Тому, діяльність соціальних підприємців слід відносити до інвестиційної діяльності.

7. Фінансова стійкість.

Соціальні підприємці беруться за ті завдання, які є малопривабливими з точки зору ринку. Як правило, вирішення таких завдань традиційно відноситься до функцій держави – у сфері охорони здоров'я, освіти, культури, підтримки соціально незахищених верств населення, екологічної стабільності тощо. При цьому соціальне підприємство займає ту нішу, яку не в змозі охопити державна соціальна політика. Особливого значення діяльність соціальних підприємств набуває в умовах нестачі соціальних інвестицій в рамках державної соціальної політики. Для соціальних підприємців соціальна доцільність бере гору над економічною доцільністю. Тому соціальні підприємці створюють такі управлінські моделі всередині підприємства при взаємодії з навколишнім середовищем, в результаті чого досягається фінансова стійкість. Соціальне підприємництво є значно стабільнішим, на відміну від благодійних форм діяльності. Фінансова стійкість служить важливою умовою для отримання довіри з боку контрагентів – цільової аудиторії, партнерів, фінансових інститутів, держави. Крім цього, фінансова стійкість підтверджує прагнення соціального підприємства до довготривалого існування і відображає відповідальність соціального підприємства за взяті на себе зобов'язання з реалізації соціальної місії [5, с. 117].

8. Обмежений розподіл прибутку.

Беручи до уваги те, що слідування соціальними підприємствами соціальній місії є показником, який складно піддається оцінці, необхідним є інструмент, який підтверджує наміри менедж-

менту і власників соціального підприємства оцінювати соціальну місію в якості пріоритетної в цілях підприємства. Виходячи з досвіду розвитку соціального підприємництва в розвинених країнах, таких як США, Канада, Великобританія, інших європейських країнах, подібним інструментом стає накладення обмежень на розподіл прибутку соціального підприємства, розпорядження його активами, обмежень на здійснення операцій з високим фінансовим ризиком [6]. Велика частина прибутку соціального підприємства повинна бути реінвестована в реалізацію соціальної місії. Таким чином, соціальні підприємства підтверджують дотримання обраної мети.

Перейдемо до визначення підприємницького компонента соціального підприємництва. Спираючись на визначення Й. Шумпетера [7], фігура підприємця характеризується такими поняттями, як ініціатива, авторитет, дар передбачення, а функція підприємця в тому, щоб з'єднати, комбінувати фактори виробництва.

В економічній науці до традиційних ознак підприємництва відносять такі:

- самостійна діяльність;
- ризиковий характер;
- інноваційність;
- наявність мотиву отримання прибутку;
- не разова угода, а процес, спрямований на систематичне отримання прибутку;
- діяльність спрямована на реалізацію своїх здібностей і задоволення потреб інших осіб [8, с. 144].

Зазначені ознаки можна віднести і до характерних рис соціального підприємництва. Поки організація не почне отримувати дохід від комерційної діяльності, вона не може вважатися підприємською, оскільки не може бути економічно стійкою і самостійною, стверджують дослідники соціального підприємництва.

Розглянемо, як оцінюють ступінь впливу зазначених ознак у визначенні соціального підприємництва в українській науці.

У. Баймуратов [9] вважає, що соціальне підприємство представляє з себе новий спосіб господарської діяльності, в якому з'єднується соціальне призначення організації з інноваційним підприємницьким підходом і досягненням фінансової стійкості і самоокупності. Соціальні підприємства, на думку У. Баймуратова, можуть створюватися як на основі комерційних підприємств, в результаті зростання соціальної відповідальності бізнесу, так і з ініціативи громадянського суспільства, на основі діяльності некомерційних організацій. Соціальні підприємства відрізняє від традиційних некомерційних організацій, що існують в основному на гранти і пожертвування, те, що соціальні підприємства впевнено почувають себе в ринковому середовищі, а також є конкурен-

госпроможними – ключовим словом в категорії соціального підприємництва є «підприємництво».

М. Школяр [10] дає наступне визначення соціального підприємництва – це діяльність, спрямована на поєднання соціальної та економічної ефективності, яка досягається одночасно застосуванням інноваційних методів і націленості на соціальний результат. Ознакою, що відмежовує традиційне підприємництво від соціального підприємництва, стає не прибутковість, а концентрація на задоволенні соціально-майнових потреб за допомогою соціально-інноваційних підприємницьких засобів, при цьому отримання прибутку не виключається, але не є основною метою. Таким чином, М. Школяр відзначає важливий вплив ознаки прямого впливу соціальної місії на діяльність організації. Від неприбуткових організацій соціальні підприємства відрізняє те, що соціальний підприємець не просто вкладає ресурси в соціальний некомерційний проєкт, а створює організацію – комерційну або неприбуткову – метою якої є виробництво соціального блага. Така організація надалі прагне стати самоокупною, здатною вести діяльність за рахунок власних коштів.

А. Свинчук [11] зазначає, що пріоритетом для соціального підприємництва є не одержання доходу, а вирішення наявних соціальних проблем. Основну значимість набувають позитивність, стійкість і вимірність досягнутих соціальних результатів.

На думку К. Смаглій [12], важливими критеріями соціального підприємництва є інноваційність і створення соціальної цінності, таким чином вчений пропонує власне визначення. Соціальне підприємництво – це процес, що включає в себе інноваційний механізм комбінування і використання грошових і природних ресурсів з метою реалізації можливостей з проведення соціальних перетворень в суспільстві або його обмеженому сегменті.

Д. Попович [13] відзначає першорядність характеристики «інноваційність» і вважає за доцільне відносити соціальне підприємництво до інноваційних сфер ведення бізнесу.

А. Мокій [14] зазначає, що соціальне підприємництво знаходиться на стику «комерційного» та «некомерційного».

Соціальним підприємцям властиве вирішення гострих соціально-економічних проблем, обумовлених специфікою конкретної країни або регіону, вважає Б. Косович [15]. Глобальний масштаб поширення, з одного боку, і локальна специфіка, з іншого боку, вимагають виявлення регіональних тенденцій розвитку соціального підприємництва. Б. Косович пропонує наступне визначення соціального підприємництва – це беззбиткова підприємницька діяльність, рухома основною місією компанії – створенням соціальної цінності – і спрямована на вирішення проблем суспільства.

На думку І. Дульцевої [16], в українських умовах соціальне підприємництво являє собою компроміс між комерційною та благодійною діяльністю. Від традиційного підприємництва соціальне підприємництво відрізняється конкретними соціальними цілями, а від благодійної діяльності – характерними ознаками підприємництва. Таким чином, соціальне підприємництво займає проміжний між ними стан.

З. Галушка [17] виділяє дві школи соціального підприємництва. У визначенні першої школи до соціальних підприємств вчена відносить громадські організації, націлені на створення соціальних і фінансових благ, головними характеристиками для них є підприємництво, інновація і діяльність, що приносить дохід. До другої школи – соціальні підприємства в якості громадських організацій, націлених на створення соціальних благ, що використовують підприємницькі методи в управлінні.

І. Босак [18] у визначення соціального підприємництва вкладає п'ять різних значень:

- це процес, так як підприємці безперервно беруть участь в процесах інновації, адаптації, навчання;
- це підприємницька поведінка для реалізації соціальної місії та забезпечення соціальних цінностей;
- це процес, що сприяє соціальним змінам суспільства;
- це модель політичної трансформації – вирішення державних проблем у системі соціального захисту;
- це підприємницька діяльність зі створення та формування можливостей для вирішення соціальних та екологічних проблем.

Підводячи підсумки, виділимо основне протиріччя, характерне для соціального підприємництва – прагнення до досягнення соціальної місії, з одного боку, і необхідність отримання доходу, з іншого боку. Внаслідок цього протиріччя виникають і інші суперечності – в комбінуванні джерел фінансування; в оцінці ефективності соціального підприємства – необхідності оцінювати як соціальну, так і економічну ефективність; в необхідності підтримки фінансової стійкості діяльності і прагненні досягнення інвестиційного соціального ефекту.

В результаті виділення і вивчення основних характеристик соціального підприємництва, а також поглядів вчених на значення вищевказаних характеристик у визначенні соціального підприємства, виділимо параметри, за якими погляди вчених в українській гуманітарній науці на соціальне підприємництво є різними.

1. Межі соціального підприємництва.

Чи можливе соціальне підприємництво тільки в комерційному секторі або некомерційному сек-

торі? Чи може бути воно представлено в будь-якій області людської діяльності? Чи може соціальне підприємництво бути втіленням приватної соціальної ініціативи?

2. **Форми соціального підприємництва.**

Чи обмежене соціальне підприємництво малими, або новими, або індивідуальними формами організації? Або воно може бути реалізоване всередині організації будь-якого розміру, віку та організаційно-управлінської структури?

3. **Сутність соціального підприємництва.**

Чи є соціальне підприємництво вродженою характеристикою або типом поведінки людини?

4. **Інноваційність.**

Чи можна назвати впровадження соціальних інновацій обов'язковою умовою для соціального підприємництва?

5. **Джерела фінансування.**

Чи є здатність забезпечення самофінансування завдяки надходженню регулярного доходу від здійснюваної підприємницької діяльності необхідним і єдиним критерієм для соціального підприємства? Чи є допустимим залучення соціальними підприємствами джерел фінансування, характерних для некомерційних організацій?

6. **Обмеження в розподілі прибутку.**

Чи є необхідність у введенні вимоги про обмеження свободи розпоряджатися прибутком і активами соціального підприємства? Або дотримання соціальної місії буде підтверджуватися виключно внутрішніми документами і контролюватися громадами та державними структурами?

7. **Обмеження сфер діяльності.**

Найбільш традиційними сферами діяльності соціальних підприємств є охорона здоров'я, освіта, культури, соціальне обслуговування населення, інтеграція соціально незахищених категорій громадян. Разом з тим існують різні підходи до того, чи є необхідність обмежувати напрямки для діяльності соціальних підприємств.

Відзначимо, що в даний час практично всі дослідники в якості основних характеристик соціального підприємництва відзначають обов'язкову пріоритетність соціальної місії, адресність діяльності, фінансову стійкість. Ми пропонуємо до складу основних характеристик соціального підприємництва включати також наступні – змішані джерела фінансування, подвійність в оцінці ефективності, обмежений розподіл прибутку.

Виходячи з вищевикладеного, нами сформульовано наступне визначення. Соціальне підприємництво – це діяльність, спрямована на реалізацію проголошеної соціальної місії, пов'язаної з підвищенням добробуту і якості життя певних груп населення, що використовує змішані методи управління і джерела фінансування, здатна генерувати дохід, що спрямовується в першу чергу на реалізацію соціальної місії.

Основними суб'єктами соціального підприємництва є соціальні підприємства у формі комерційних, некомерційних організацій або фізичних осіб підприємців, діяльність яких відповідає зазначеним у цьому дослідженні характеристикам соціального підприємництва.

Висновки. На підставі аналізу зарубіжних і вітчизняних теоретичних підходів до вивчення соціального підприємництва виділено характеристики, властиві соціальному підприємству, які відрізняють явище від традиційних некомерційних і комерційних організаційно-управлінських форм ведення діяльності: 1) пріоритетність соціальної місії; 2) інноваційність; 3) адресність; 4) змішані джерела фінансування; 5) подвійність в оцінці ефективності; 6) інвестиційний характер діяльності; 7) фінансова стійкість; 8) обмежений розподіл прибутку.

В результаті виділення і вивчення основних характеристик соціального підприємства, а також поглядів вчених на значення вищевказаних характеристик у визначенні соціального підприємства, виділено параметри, за якими погляди вчених в гуманітарній науці на соціальне підприємство є різними: 1) межі соціального підприємства; 2) форми соціального підприємства; 3) сутність соціального підприємства; 4) інноваційність; 5) джерела фінансування; 6) обмеження в розподілі прибутку; 7) обмеження сфер діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кудлай В. Г. Успішні практики розвитку соціального підприємництва: ізраїльський досвід. *Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід* : 36. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції; 18 травня 2018 р. Київ : КНЕУ, 2018. 275 с.
2. Проць Н. Соціальне підприємництво – запорука економічної стабільності та суспільної рівноваги. URL: <http://changeukraine.com.ua/sotsialne-pidpryemnytstvo-zaporuka-ekonomichnoyi-stabilnosti-ta-suspilnoyi-rivnovagy/>
3. Гудзинський О. Д., Судомир С. М. Інноваційно-креативна складова організаційної культури в розвитку соціально-економічних систем. *Креативні технології, підприємництво і менеджмент в організації соціокультурної сфери XXI століття*, 25–26 травня 2017 р. Київ : Збірник доповідей I Міжнародної науково-практичної конференції. Київ : Київський національний університет культури і мистецтв, 2017. С. 58–60.
4. Івашина С. Ю. Теоретико-методологічний підхід до визначення критеріїв соціалізації економіки. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2016. № 2. С. 54–62.
5. Карінцева О. І. Реструктуризація національної економіки України в умовах сталого розвитку : монографія. Суми : ПФ «Видавництво Університетська книга», 2018. 349 с.

6. Santos F. M. A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*. 2012. Vol. 111. No. 3. P. 335–351.

7. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Київ, 2011. 242 с.

8. Варналій З. С. Основи підприємництва : Навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. Київ, 2003. 286 с.

9. Баймуратов У. Б. Нова соціальна економіка: парадигма і перспективи. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2010. № 2 (41). С. 54–59.

10. Школяр М. В. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна*. 2017. Вип. 27(2). С. 85–89.

11. Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник. Київ : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.

12. Смаглий К. Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2014. 207 с.

13. Попович Д., Баранова М. Соціальне підприємництво як перспективний інструмент вирішення проблем сучасного суспільства. *Молодий вчений*. 2017. № 5. С. 701–705.

14. Мокій А. І., Дацко О. І. Розвиток соціального підприємництва у контексті зміцнення економічної безпеки депресивних територій. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2014. Вип. 1. С. 155–166.

15. Косович Б. І. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання становлення. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 77–81.

16. Дульцева І. І., Драчук Ю. З. Соціальне підприємництво в розвитку зеленого туризму промислового регіону. *Молодий вчений*. 2015. № 2 (17) лютий. Ч. 6. С. 1057–1061.

17. Галушка З. І. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні. *Вісн. Київ. націон. ун-ту ім. Т. Шевченка. Економіка*. 2013. № 148. С. 15–17.

18. Босак І. П. Соціальне підприємництво: основні ознаки та особливості розвитку. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. 2017. Вип. 1 (54). С. 99–104.

REFERENCES

1. Kudlai, V. H. (2018), “Uspishni praktyky rozvytku sotsialnoho pidpriemnytstva: izrail'skyi dosvid” [Successful practices of social entrepreneurship: Israeli experience], *Sotsialne pidpriemnytstvo: teoriia, praktyka ta mizhnarodnyi dosvid*: Zb. materialiv Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii; 18 travnia 2018 r. KNEU, Kyiv, Ukraine.

2. Prots, N. “Sotsialne pidpriemnytstvo – zaporuka ekonomichnoi stabilnosti ta suspilnoi rivnovahy” [Social entrepreneurship – the key to economic stability and social balance]. URL: <http://changeukraine.com.ua/>

sotsialne- pidpriemnytstvo-zaporuka-ekonomichnoyi-stabilnosti-ta-suspilnoi-rivnovahy.

3. Hudzynskyi, O. D. and Sudomyr, S. M. (2017), “Innovatsiino-kreatyvna skladova orhanizatsiinoi kultury v rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system” [Innovative and creative component of organizational culture in the development of socio-economic systems], *Kreatyvni tekhnologii, pidpriemnytstvo i menedzhment v orhanizatsii sotsiokulturnoi sfery XXI stolittia*, 25–26 travnia 2017 r. Kyiv: Zbirnyk dopovidei I Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Kyivskyi natsionalnyi universytet kultury i mystetstv, Kyiv, Ukraine.

4. Ivashyna, S. Yu. (2016), “Teoretyko-metodolohichni pidkhid do vyznachennia kryteriiv sotsializatsii ekonomiky” [Theoretical and methodological approach to determining the criteria for socialization of the economy], *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*, № 2, s. 54–62.

5. Karintseva, O. I. (2018), “Restrukturyzatsiia natsionalnoi ekonomiky Ukrainy v umovakh staloho rozvytku : monohrafiia” [Restructuring of the national economy of Ukraine in terms of sustainable development: a monograph], PF «Vydavnytstvo Universytetska knyha», Sumy, Ukraine.

6. Santos, F. M. (2012), “A positive theory of social entrepreneurship”. *Journal of Business Ethics*. Vol. 111. No. 3. P. 335–351.

7. Shumpeter, Y. (2011), “Teoriia ekonomichnoho rozvytku: doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsykladu” [Theory of economic development: the study of profits, capital, credit, interest and the economic cycle], Kyiv, Ukraine.

8. Varnalii, Z. S. (2003), “Osnovy pidpriemnytstva : Navch. posib”. [Fundamentals of Entrepreneurship: Textbook], Kyiv, Ukraine.

9. Baimuratov, U. B. (2010), “Nova sotsialna ekonomika: paradyhma i perspektyvy” [New social economy: paradigm and prospects], *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy*, № 2 (41), s. 54–59.

10. Shkoliar, M. V. (2017), “Sotsialne pidpriemnytstvo yak instrument vyrishennia sotsialnykh problem” [Social entrepreneurship as a tool for solving social problems], *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. Seriia ekonomichna*, № 27(2), s. 85–89.

11. Svynchuk, A. A., Kornetskyi, A. O., Honcharova, M. A., Nazaruk, V. Ya., Husak, N. Ye. and Tumanova, A. A. (2017), “Sotsialne pidpriemnytstvo: vid idei do suspilnykh zmin” [Social entrepreneurship: from idea to social change], TOV «PIDPRYIEMSTVO «VI EN EI», Kyiv, Ukraine.

12. Smahlii, K. (2014), “Zminy tvoryt kozhen iz nas: sotsialne pidpriemnytstvo ta stratehichna filantropiia” [Each of us creates changes: social entrepreneurship and strategic philanthropy], *Vydavnychiy dim «Kyievo-Mohylianska Akademiia»*, Kyiv, Ukraine.

13. Popovych, D. and Baranova, M. (2017), “Sotsialne pidpriemnytstvo yak perspektyvnyi instrument vyrishennia problem suchasnoho suspilstva” [Social entrepreneurship as a promising tool for solving problems of modern society], *Molodyi vchenyi*, № 5, s. 701–705.

14. Mokii, A. I. and Datsko, O. I. (2014), “Rozvytok sotsialnoho pidpriemnytstva u konteksti zmitsnennia ekonomichnoi bezpeky depresyvykh terytorii” [Development of social entrepreneurship in the context of strengthening the economic security of depressed areas], *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*, № 1, s. 155–166.

15. Kosovych, B. I. (2020), “Sotsialne pidpriemnytstvo v Ukraini: aktualni pytannia stanovlennia” [Social entrepreneurship in Ukraine: current issues], *Ekonomika ta derzhava*, № 3, s. 77–81.

16. Dultseva, I. I. and Drachuk, Yu. Z. (2015), “Sotsialne pidpriemnytstvo v rozvytku zelenoho turyzmu promyslovoho rehionu” [Social entrepreneurship in the

development of green tourism in the industrial region], *Molodyi vchenyi*, № 2 (17), s. 1057–1061.

17. Halushka, Z. I. (2013), “Fenomen sotsialnoho pidpriemnytstva: poniattia ta perspektyvy rozvytku v Ukraini” [The phenomenon of social entrepreneurship: the concept and prospects of development in Ukraine], *Visn. Kyiv. natsion. un-tu im. T. Shevchenka. Ekonomika*, № 148, s. 15–17.

18. Bosak, I. P. (2017), “Sotsialne pidpriemnytstvo: osnovni oznaky ta osoblyvosti rozvytku” [Social entrepreneurship: the main features and peculiarities of development], *Naukovi zapysky [Ukrainskoi akademii drukarstva]*, № 1 (54), s. 99–104.

Стаття надійшла до редакції 22 листопада 2021 р.