

УДК 334.72; 338.244

В. П. Горин,

д. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів імені С. І. Юрія
Західноукраїнський національний університет
ORCID ID: 0000-0002-6048-8330

В. М. Булавинець,

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів імені С. І. Юрія
Західноукраїнський національний університет
ORCID ID: 0000-0001-8168-7331

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.15.29

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

V. Horyn,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor
of the S. I. Yuriy Department of Finance, West Ukrainian National University

V. Bulavynets,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor
of the S. I. Yuriy Department of Finance, West Ukrainian National University

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INSTRUMENT OF DIVERSIFICATION OF SOCIAL POLICY FINANCING

У статті розкрито ключові іманентні ознаки соціального підприємництва, визначено його відмінності від благодійницької діяльності та корпоративної соціальної відповідальності. Охарактеризовано найбільш перспективні для України типи соціальних підприємств та сфери їх функціонування. Доведено, що розвиток соціального підприємництва стримує низка формальних та неформальних бар'єрів, загальна нерозвиненість інституційного середовища його функціонування. Обґрунтовано, що відсутність правової визначеності критеріїв ідентифікації соціальних підприємств ускладнює аналіз їх розвитку в Україні. Охарактеризовано неформальні бар'єри розвитку соціального бізнесу, пов'язані із недостатнім інформуванням громадськості про його переваги, інертність суспільства та недовірою до суб'єктів господарювання, які декларують соціальні цілі діяльності. Визначено перспективи вдосконалення інституційного середовища функціонування соціального підприємництва та механізму стимулювання його розвитку в Україні.

The article reveals the key immanent features of social entrepreneurship, identifies its differences from charitable activities and corporate social responsibility. It is substantiated, that the activity of a social enterprise bases on the goal of social effect achieving, and therefore social entrepreneurship should be considered as an alternative to budget expenditures increasing on social policy. The immanent features of social entrepreneurship are highlighted, namely the social mission of activity, innovative approach to solving social problems, use of business management methods, high level of transparency and responsibility for results. In the article characterized, that such types of social enterprises as the type of "employment" and the type of "financing of services" are promising for Ukraine, and the priorities of their functioning are defined (employment of internally displaced persons, people who have an experience of domestic violence, homelessness; assistance to people with disabilities). It is proved, that the development of social entrepreneurship constrains by formal and informal barriers, the general underdevelopment of the institutional environment of its functioning. It is substantiated, that the lack of legal certainty of social enterprises identification criteria complicates the analysis of their development in Ukraine, as estimates of these enterprises number differ tenfold. Informal barriers of social entrepreneurship development associate with insufficient public awareness of its benefits, society inertia and

distrust of businesses that declare social goals. The article substantiates advantages of legal regulation of social entrepreneurship through the addition of current legislation, and it proves disadvantages the adoption of separate law about social entrepreneurship. Prospects for improving the social entrepreneurship institutional environment are identified. It is pointed advantages of instruments of social entrepreneurship development stimulating, such as soft loans, expanding access to participation in public procurement and lease of state and municipal property, legal and consulting assistance.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальне підприємство, соціальна місія, бар'єри розвитку, соціальна політика, механізм стимулювання.

Key words: social entrepreneurship, social enterprise, social mission, development barriers, social policy, incentive mechanism.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Одним із найважливіших завдань економічної політики на сучасному етапі державотворення є підвищення суспільного добробуту. Реалізація цього завдання вимагає проведення ефективної соціальної політики, спрямованої на формування матеріального добробуту населення і задоволення його інтересів, у тому числі через впровадження інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Негативні соціально-економічні явища, як-от: бідність, майнова поляризація, маргіналізація окремих верств населення в теперішній час набрали вибіркової гостроти, що пояснюється як втратою значної частини економічного потенціалу країни через військову агресію, так і недоліками у проведенні економічних реформ. Однак просте нарощування обсягу ресурсів, які держава направляє на соціальні цілі не вирішить окреслених проблем, але може мати негативні наслідки для вітчизняної економіки. Очевидно, що збільшення видатків держави на соціальний захист населення вимагатиме підвищення податкового тиску й масштабів вилучення фінансових ресурсів з економіки, що гальмуватиме економічний розвиток і стимулюватиме подальше розширення тіньового сегменту економіки. З іншого боку, з огляду на ментальну "спадщину" радянських часів, розширення фінансування соціальних трансфертів буде провокувати посилення патерналістських настроїв у суспільстві, яке й так значною мірою зорієнтоване на допомогу держави у задоволенні життєвих потреб. Вирішення цієї дилеми лежить в активному впровадженні інноваційних підходів до розв'язання соціальних проблем, що передбачатимуть залучення ресурсів недержавного сектору економіки та застосування принципів ринкової економіки. Значні

перспективи у цьому ракурсі має впровадження в Україні соціального підприємництва.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематика розвитку соціального підприємництва перебуває у фокусі уваги науковців економічного профілю відносно недавно. Серед представників зарубіжної економічної науки ці питання розглянуто у працях Дж. Кікала, Т. Лайонса, Г. Діза, К. Ліберті, А. Ніколаса, М. Річардсон. У вітчизняній науці останні роки позначені активізацією наукових досліджень теоретичних засад та проблем становлення соціального підприємництва. Серед останніх публікацій з цієї тематики привертають увагу праці В. Кифяк та Л. Малиш [5], Б. Косович [7], Н. Голуб'як [3], Т. Лункіної та Г. Іваненко [8], що розкривають сутнісні, історичні й правові аспекти соціального підприємництва, зарубіжний досвід функціонування цих підприємств та їх роль у вирішенні соціальних проблем. Попри значну розробленість, питання поглиблення теоретичного базису соціального підприємництва у частині виокремлення його іманентних ознак та принципів функціонування, виявлення формальних та неформальних бар'єрів, що стримують його розвиток в умовах складного політичного й економічного середовища в Україні потребують додаткової уваги.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є розкриття ключових іманентних ознак соціального підприємництва і його ролі у фінансуванні соціальної політики, виявлення інституційних бар'єрів, що стримують розвиток соціального підприємництва в Україні та окреслення шляхів їхнього усунення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У загальному, соціальне підприємництво — це господарська діяльність, мета якої полягає у досягненні соціальних змін і вирішенні соціальних проблем. Діяльність соціальних підприємств базується на звичних для суб'єктів господарювання принципах організації та управління бізнесом, однак прибуток від їх функціонування спрямовується головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи соціальні цілі. Автор ідеї соціального підприємства, М. Юнус визначає його як прибутковий бізнес, що дотримується принципів корпоративної соціальної відповідальності, має соціальні цілі, та прибутки від якого спрямовуються головню на розвиток самого підприємства, а також на підтримку громади та втілення соціальних проєктів [14, с. 32]. Однак, на думку багатьох науковців, ототожнювати соціальне підприємництво із корпоративною соціальною відповідальністю чи благодійністю не доречно, оскільки у них різні цілі. На відміну від соціального підприємства, яке в основу своєї діяльності кладе досягнення соціального ефекту, суб'єкти господарювання, які реалізують програми корпоративної соціальної відповідальності ставлять за головну мету діяльності отримання економічних вигод для власників. Реалізуючи соціальні проєкти, такі компанії намагаються сформувати власний позитивний імідж у суспільстві, що в кінцевому рахунку обертається додатковим прибутком.

Благодійницька діяльність, на відміну від соціального підприємництва має періодичний, а не сталий характер. Більш того, якщо благодійництво має за мету допомогти у реалізації певного соціального проєкту, надати матеріальну підтримку певному колу осіб, які потрапили у складні життєві обставини, то соціальне підприємництво — це інструмент активної соціальної політики, який призначений для остаточного, а не тимчасового вирішення соціальних проблем. Так, надання соціальних трансфертів дає можливість підвищити рівень життя реципієнта лише на певний період часу, після чого він знову потребуватиме допомоги. Натомість, зайнятість такої особи на соціальному підприємстві дає змогу вирішити проблему відсутності у неї доходів на довгостроковій основі.

Отже, соціальне підприємництво є бізнес-способом вирішення соціальної проблеми, саме це є відправною точкою бізнесу соціального підприємця. Втім, для соціального підприємства притаманні низка ознак, які відрізняють

його від традиційного бізнесу. По-перше, воно покликане задовольнити ті потреби суспільства, які не спроможний належно задовольнити державний сектор, а приватному бізнесу вони не цікаві. По-друге, соціальні підприємства у пошуку робочої сили зорієнтовані на першочергове працевлаштування громадян тих категорій населення, які зазвичай ігнорує приватний бізнес. Таким чином, соціальне підприємництво дає можливість вирішити проблему соціальної ізольованості таких громадян (людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями, внутрішньо переміщених осіб, безробітних, представників груп ризику). По-третє, важливим завданням соціальних підприємств є подолання пасивності громадян, які можуть самостійно вирішувати свої матеріальні чи інші проблеми та брати особисту відповідальність за своє життя, а також залучення широких кіл громадськості до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем [1]. Як зазначає Н. Богатир, розвиток соціального підприємництва є альтернативою збільшенню обсягів бюджетного фінансування соціальних проблем, тобто дає можливість знизити навантаження на бюджет [2].

Попри те, що теоретичне підґрунтя соціального підприємництва активно розвивається продовж останніх десятиліть, чітке розуміння основних характерних рис цієї специфічної форми організації господарської діяльності відсутнє дотепер. Узагальнення наукових поглядів з цього питання дає підстави виокремити такі ключові ознаки соціального підприємства:

— чітка та зрозуміла соціальна місія діяльності, яка передбачає створення певної соціальної цінності. Соціальний характер місії може виявлять у кількох аспектах: через соціально орієнтований профіль діяльності, тобто продукування благ, які мають чітко виражене соціальне призначення (розширення доступу до ресурсів чи благ, просування екологічно безпечних продуктів та ін.); через характер кадрової політики, тобто працевлаштування громадян певних, як правило, соціально вразливих категорій з метою поліпшення їх становища чи суспільної адаптації; через визначений в установчих документах характер використання прибутку, коли підприємство декларує, що отриманий прибуток у повному обсязі чи переважна його частина спрямовується на соціальні цілі (тобто, якщо підприємство певну частину свого прибутку спрямовує на проєкти соціального характеру, воно не може вважатись со-

ціальним, а тільки таким, що реалізує програму корпоративної соціальної відповідальності);

— інноваційний підхід до вирішення соціальної проблеми чи реалізації соціальної місії підприємства. Ознакою, що вирізняє соціальне підприємство з-поміж інших суб'єктів господарювання є також можливість масштабування і тиражування ідеї у національному та міжнародному масштабі. Інновації, які покладено в основу комерційної діяльності, зазвичай отримують захист у вигляді патентів на авторські права, що обмежує можливості їхнього використання на інших підприємствах. Натомість, у соціальному підприємстві прийнятним є поширення досвіду (інноваційної моделі) вирішення соціальної проблеми для збільшення її соціального ефекту;

— використання бізнес-методів управління (організації та управління), застосування підприємницьких навиків для отримання прибутку. Прибуток розглядають не як кінцеву мету господарювання, а як засіб для досягнення позитивних соціальних перетворень. Однак здатність генерувати прибуток, самофінансування власних потреб є відмінною рисою соціального підприємства, що вирізняє його від некомерційного. Зарубіжні наукові дослідження свідчать, що понад половину соціальних підприємств у розвинених країнах фінансують власну діяльність самостійно, хоча вагомими джерелами їх ресурсів виступають також надходження у формі грантів, благодійних пожертв та інвестицій [13];

— високий рівень відкритості і відповідальності соціального підприємства за результати діяльності перед працівниками, споживачами продуктованих благ та загалом суспільством. Відкритість результатів діяльності тривалий час була відмінною рисою соціальних підприємств, однак в сучасних умовах у країнах з ринковою економікою вона почала втрачати актуальність. Причиною цього є загальний тренд до впровадження у практику корпоративного управління нефінансової звітності, що відображає інформацію про соціальні, економічні та екологічні результати діяльності суб'єкта господарювання у відповідності до однієї із систем показників результативності, та розповсюджується серед широкого кола бенефіціарів. Впродовж тривалого часу нефінансову звітність розглядали як інструмент формування позитивного іміджу компанії, вона мала добровільний характер. Однак з початку 2010-х років у багатьох країнах подання не фінансової звітності стало обов'язковим. На відміну від зарубіжної практики, де складання не фінансової звітності

практикує понад 3/4 усіх компаній, в Україні у 2018 році її готували всього 13% суб'єктів господарювання [10].

Окрема частина науковців, зокрема Ю. Орел [9, с. 87—93], О. Кіреєва [6] та інші характерною ознакою соціального підприємства визначають наявність певного юридичного статусу, тобто закріплення цього моменту в установчих документах. На наш погляд, такий підхід недостатньо аргументований, адже в Україні дотепер поняття соціального підприємництва не закріплене у правовій базі, що не перешкоджає йому розвиватись на практиці. Соціальні підприємства можуть мати різну організаційно-правову форму — вони можуть бути засновані неурядовими громадськими організаціями, неприбутковими установами та ін. За позицією Ф. Спреклі, соціальним підприємством є така організація, яка перебуває у спільній власності та контролі її членів, базується на принципах рівної частинки власності. Комерційна діяльність такого підприємства покликана збільшувати суспільний добробут чи продукувати екологічні вигоди [12]. Відтак організаційно-правову форму підприємства чи склад його засновників, на наш погляд, недоречно розглядати як одну з ознак соціального підприємства, адже вони не розкривають його відмінностей від традиційних форм організації підприємницької діяльності.

У світовій практиці функціонують кілька основних моделей соціального підприємництва — підтримки підприємців, працевлаштування, фінансування послуг, посередника на ринку та інші. На наш погляд, відповідно до головної місії діяльності найбільшу перспективу для розвитку в Україні мають два типи соціальних підприємств:

— тип "працевлаштування": підприємство, головна місія якого полягає у забезпеченні зайнятості для представників цільової категорії населення, яка не може створити конкуренцію на ринку праці та потребує допомоги (жінки, які зазнали сімейного насильства; безпритульні; внутрішньо переміщені особи; наркомани тощо). Розвиток цього типу соціального підприємництва винятково важливий з огляду на безпрецедентні масштаби міграції населення через бойові дії на Сході України);

— тип "фінансування послуг": місія підприємства полягає у спрямуванні отриманого прибутку (в повному обсязі або частково) на реалізацію соціальних ініціатив (підтримку людей з інвалідністю, забезпечення діяльності закладів для безпритульних та інше).

Відсутність у правовому полі формалізованих критеріїв ідентифікації соціальних підприємств не дає можливості достовірно оцінити рівень їхнього розвитку в Україні. Через це показники кількості соціальних підприємств у різних джерелах кардинально різняться. Для прикладу, посилаючись на дані спеціалізованих веб-ресурсів, Т. Лункіна та Г. Іваненко визначають кількість таких підприємств у 46,3 тис. од. [8, с. 145], експерти проєкту "EU4Youth — Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні" оцінюють цей показник на рівні 1 тис. підприємств [11], а В. Ки́фяк і Л. Малиш — всього 0,7 тис. одиниць [5, с. 278]. В окремих наукових розробках до соціальних підприємств в Україні зараховують навіть ті, що використовують працю осіб з інвалідністю і де вони складають понад половину штатної чисельності, або ж підприємства, засновані товариствами людей з інвалідністю. За даними ГО "Егаліте Інтернейшнл" понад третину існуючих в Україні соціальних підприємств ставлять за головну мету діяльності працевлаштування громадян з числа вразливих груп населення, 1/4 — генерацію прибутку для забезпечення статутної діяльності громадської організації, а кожне п'яте соціальне підприємство — отримання прибутку для надання послуг соціального спрямування [4].

Узагальнюючи наведені дані, можемо констатувати, що попри вагомні перспективи, соціальне підприємництво в Україні поки не отримало значного розвитку, в основі чого лежить дія формальних та неформальних бар'єрів, нерозвиненість інституційного середовища його функціонування. Найперше, відсутність правового оформлення соціальних підприємств, визначення цього поняття у правовій базі зумовлює нерозуміння його сутності у владних колах, у бізнес-середовищі та громадськістю. Правове поле діяльності підприємств, які за своїми ознаками можуть бути зараховані до соціальних, в Україні формують загальні нормативно-правові акти господарського законодавства (Цивільний та Господарський кодекси), Закон України "Про основи соціальної захищеності людей з інвалідністю в Україні". Останній передбачає застосування податкових пільг для підприємств за умови дотримання ними низки критеріїв. Окремо необхідно відзначити Закон України "Про соціальні послуги", який визначає умови участі недержавних організацій у постачанні відповідних послуг у межах соціального замовлення.

Серед неформальних бар'єрів, які стримують розвиток соціального бізнесу, є слабка

інформованість вітчизняного суспільства про його переваги, недостатній рівень фахової підготовки персоналу донорських організацій, які проводять конкурси соціальних проєктів. Внаслідок цього, частина тренінгів з розвитку соціального підприємництва є недостатньо практичними та мають формальний характер. Зазвичай, програми розвитку соціальних підприємств спрямовані на заснування їх громадськими організаціями, а не конкретними підприємцями. Враховуючи усталену орієнтацію вітчизняних громадських організацій виключно на "проїдання" грантових та меценатських коштів, більшість із них не зацікавлені в ефективності функціонування заснованого ними підприємства. Активісти неурядових організацій також здебільшого не володіють навиками успішного ведення бізнесу, а тому засновані соціальні підприємства нерідко виявляються нежиттєздатними, неспроможними вижити у ринковому середовищі. Як зазначає Б. Косович, серед ключових причин слабого розвитку соціального підприємництва в Україні є також страх перед ризиком, нестача досвіду і навиків залучення фінансових ресурсів, недостатній рівень фінансової підтримки з боку держави [7, с. 80]. Не останню роль у стримуванні розвитку соціальних підприємств відіграють усталені стереотипи щодо виключної відповідальності держави за вирішення соціальних проблем, інертність громадськості та тотальна недовіра до суб'єктів господарювання, які декларують соціальні цілі своєї діяльності.

Впродовж останніх років серед науковців та практиків тривають дискусії щодо доцільності правової регламентації соціального підприємництва через ухвалення профільного закону. Необхідність розробки такого закону визнають як представники органів влади, так і вагома частина вчених. Однак, на думку експертів проєкту "EU4Youth — Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні" реалізація такої ініціативи містить ризик надмірної регуляції соціального підприємництва, створення штучних бар'єрів у формі дріб'язкових критеріїв визнання, умов відкриття, діяльності й закриття таких підприємств, прискіпливого державного контролю [11]. Водночас повна лібералізація правового поля діяльності таких підприємств також неприйнятна, адже стримує розвиток соціального підприємництва і створює сприятливе середовище для маніпуляцій та зловживань. Вирішити цю дилему можливо через введення соціального підприємництва як окремої організаційно-правової форми підприємницької діяльності

у чинне правове поле. Це створить умови для об'єктивного оцінювання масштабів розвитку соціального підприємництва, розвитку інституційних та економічних механізмів його стимулювання.

Щодо механізмів стимулювання розвитку соціального підприємництва, то у науковому й експертному середовищі з цього приводу тривають дискусії. У наукових джерелах таке стимулювання найперше пов'язують із наданням для соціальних підприємств податкових пільг, прецедент чого уже існує в Україні для підприємств, заснованих товариствами осіб з інвалідністю. Однак ризиком такої форми підтримки соціального підприємництва є її використання у схемах агресивного податкового планування та мінімізації податкових зобов'язань, що може дискредитувати саму ідею розвитку цієї організаційної форми ведення підприємницької діяльності. Враховуючи дефіцитний стан державних фінансів, сумнівними є ідеї щодо фінансової підтримки соціальних підприємств у формі грантів за бюджетними цільовими програмами або створення спеціалізованих фінансових інституцій. Більш прийнятним, на наш погляд, є використання інших форм прямої та непрямої підтримки соціального бізнесу, зокрема через програми сприяння його пільговому кредитуванню, розширенню доступу до участі у публічних закупівлях та оренди державного і комунального майна. Значні перспективи має підтримка соціального бізнесу через його маркетинг, залучення до співпраці з крупними підприємствами за схемами аутсорсингу. Не менш важливою у питанні активізації розвитку соціального підприємництва має стати його суспільна підтримка через поширення інформації про переваги такої організаційної форми підприємницької діяльності, їх всебічну правову та консультаційну допомогу.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Отже, попри не сформованість інституційного середовища його функціонування, соціальне підприємство в Україні має вагомі перспективи, слугує реальною альтернативою бюджетному фінансуванню соціальних потреб, сприяє підвищенню громадянської свідомості й активності суспільства, об'єднанню людей навколо ідеї вирішення соціальних проблем і забезпечення добробуту для кожного. Однак відсутність правової регламентації цієї форми підприємницької діяльності ускладнює аналіз тенденцій її розвитку, стримує розробку ме-

ханізмів стимулювання. Зважаючи на концептуальний характер ініціатив щодо розбудови механізмів стимулювання розвитку соціального підприємництва в Україні, перспективами подальших наукових розробок у цьому напрямі є ґрунтовне дослідження переваг, ризиків та ефективності застосування різних бюджетної, кредитної та інших форм підтримки соціального бізнесу, а також нефінансових механізмів його стимулювання.

Література:

1. Арапетян А., Архипчук О. Чисті прибутки соціального підприємництва. Практика управління. 2008. № 7. URL: http://svb.ua/sites/default/files/Social_enterprises.pdf
2. Богатир Н. Соціальне підприємство як неоціненна необхідність для України. Vox Ukraine: аналітична платформа. 15.02.2016. URL: <https://voxukraine.org/2016/02/15/sotsialne-pidpnyemnytstvo-yak-neotsinenna-neobhidnist-dlya-ukrainy-ua/>
3. Голуб'як Н. Соціальне підприємство як механізм вирішення соціально-політичних проблем. S.P.A.C.E. 2017. № 2. С. 16—20.
4. Каменко І., Виговська-Каменко Т. Соціальне підприємство як відповідь суспільства на соціальні потреби. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vidpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi
5. Кифяк В., Малиш А. Соціальне підприємство: проблеми та перспективи. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 275—280.
6. Кіреєва О. Соціальне підприємство як інструмент державної соціальної політики. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2011. Вип. 2 (6). URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf)
7. Косович Б. Соціальне підприємство в Україні: актуальні питання становлення. Економіка та держава. 2020. № 3. С. 77—81.
8. Лункіна Т., Іваненко Г. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. Modern Economics. 2019. № 1 (5). С. 142—147.
9. Орел Ю.А. Соціальне підприємство: сучасний стан та перспективи розвитку. Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу: матеріали Першої міжнародної науково-практичної конференції (11 грудня 2008 р.) / за заг. ред. О.Ю. Амосова. Харків: ХОМО "Союз молодих підприємців", 2008. С. 87—93.
10. Саприкіна М. Навіщо бізнесу звіти зі сталого розвитку. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/10/31/653160/>

11. Соціальне підприємництво в Україні: Економіко-правовий аналіз / за ред. І. Каменко. EU4youth— Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні. К., 2020. 37 с.

12. Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. British Council. URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf

13. Chien-Chung Huang Blair Donner. The Development of Social Enterprise: Evidence from Europe, North America, and Asia. Research Report March 2018. URL: <https://socialwork.rutgers.edu/sites/default/files/report>

14. Yunus M., Weber K. Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism. New York: Public Affairs, 2007. 261 p.

References:

1. Arapetian, A. and Arkhipchuk, O. (2008), "Net profits of social entrepreneurship", *Praktyka upravlinnia*, vol. 7, available at: http://svb.ua/sites/default/files/Social_enterprises.pdf (Accessed 28 July 2021).

2. Bohatyr, N. (2016), "Social entrepreneurship as an invaluable necessity for Ukraine", available at: <https://voxukraine.org/2016/02/15/sotsialnepidpriemnytstvo-yak-neotsinenna-neobhidnistdlya-ukrainy-ua/> (Accessed 28 July 2021).

3. Golubyak, N. (2017), "Social entrepreneurship as a mechanism for solving socio-political problems", *S.P.A.C.E.*, vol. 2, pp. 16—20.

4. Kamenko, I. and Vyhovska-Kamenko, T. (2021), "Social entrepreneurship as a response of society to social needs", available at: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsialnepdprimnitstvo-yak-udpovd-susplstva-na-sotsialnypotrebi (Accessed 28 July 2021).

5. Kyfiak, V. and Malysh, L. (2020), "Social entrepreneurship: problems and prospects", *Biznes Inform*, vol. 5, pp. 275—280.

6. Kireieva, O. (2011), "Social entrepreneurship as an instrument of state social policy", *Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka*, vol. 2 (6), available at: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf) (Accessed 28 July 2021).

7. Kosovych, B. (2020), "Social entrepreneurship in Ukraine: current issues of formation", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 3, pp. 77—81.

8. Lunkyna, T. and Ivanenko, G. (2019), "Features of the Development of Social Entrepreneurship: Foreign Experience", *Modern Economics*, vol. 1 (5), pp. 142—147.

9. Orel, Yu. (2008), "Social entrepreneurship: current status and prospects". *Derzhavne rehuliu-*

vannia sotsialnoho pidpriemnytstva ta sotsialno-vidpovidalnoho biznesu. Persha mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiya [State regulation of social entrepreneurship and socially responsible business. First International Scientific and Practical Conference], *Soiuz molodykh pidpriemtsiv*, Kharkiv, Ukraine, pp. 87—93.

10. Saprykina, M. (2019), "Why business reports on sustainable development", available at: <https://www.althoughda.com.ua/columns/2019/10/31/653160/> (Accessed 28 July 2021).

11. Kamenko, I. (2020), "Social entrepreneurship in Ukraine: Economic and legal analysis", *EU4youth — Rozkryttia potentsialu molodykh sotsial'nykh pidpriemtsiv v Moldovi ta Ukraini [EU4youth — Unlocking the potential of young social entrepreneurs in Moldova and Ukraine]*. Kyiv, Ukraine.

12. Sprekli, F. (2011), "Handbook for planning social entrepreneurship", available at: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf (Accessed 28 July 2021).

13. Huang, Ch.-Ch. and Donner, B. (2018), "The Development of Social Enterprise: Evidence from Europe, North America, and Asia. Research Report March", available at: <https://socialwork.rutgers.edu/sites/default/files/report> (Accessed 28 July 2021).

14. Yunus, M. and Weber, K. (2007), *Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism*, Public Affairs, New York, USA.

Стаття надійшла до редакції 29.07.2021 р.

www.economy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б») Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292

e-mail: economy_2008@ukr.net

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73