

7. Kitsios E., Jalles J. T., Verdier G. Tax Evasion from Cross-Border Fraud: Does Digitalization Make a Difference? IMF Working Paper. 2020. WP/20/245. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2020/11/13/Tax-Evasion-from-Cross-Border-Fraud-Does-Digitalization-Make-a-Difference-49857> (дата звернення: 15.06.2025)
8. Organization for economic cooperation and development. Forum on Tax Administration (FTA). URL: <https://www.oecd.org/en/networks/oecd-forum-on-tax-administration.html> (дата звернення: 10.06.2025)

ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ

Юзюк Ігор

аспірант кафедри фінансів ім. С. І. Юрія
Західноукраїнський національний університет, Україна

Сучасний період державотворення України, який позначений наростанням нестабільності політичної та економічної ситуації, впливом глобальних епідемій, а в останні роки – катастрофічними наслідками повномасштабної війни з росією, супроводжується пошуком нових підходів та інструментів до фінансування суспільних потреб, зокрема культурної сфери. В нових реаліях воєнного часу, що відзначені посиленням конкуренції за обмежені бюджетні ресурси, поступовим згортанням фінансування культурної сфери приходить усвідомлення того, що «традиційна модель утримання установ культури переважно за бюджетний кошт (у формі прямого фінансування чи субсидій) є надміру обтяжливою для держави та, водночас, дедалі менше відповідає вимогам інноваційності, ефективності й гнучкості, яких потребує сучасна культурна інфраструктура» [3].

Культура не лише формує гуманітарну складову національного розвитку, а й виступає драйвером соціальної згуртованості, локальної ідентичності та креативної економіки. Тому розглядати культуру як звичайну галузь економіки, що має функціонувати на засадах ринкового саморегулювання і комерційного розрахунку також неприйнятно, це може не тільки призвести до маргіналізації та знищення окремих напрямів культури, але й мати негативні соціальні, політичні та безпекові наслідки. У цьому контексті все більшої актуальності набуває пошук інноваційних механізмів забезпечення фінансової життєздатності культурних ініціатив та напрямів діяльності, серед яких вагомими перспективами має соціальне підприємництво.

В основу концепції соціального підприємництва покладено поєднання інноваційної підприємницької активності з отриманням соціально значущого ефекту. Незважаючи на те, що у науковій літературі соціальне підприємництво переважно пов'язують із вирішенням соціальних проблем, такий як соціальна

відчуженість, маргіналізація окремих груп суспільства, соціальна нерівність та інші [2], воно має значний потенціал при формуванні, підтримці та популяризації культурних практик, творчих ініціатив. При вирішенні проблем доступу до послуг культури, збереження та розвитку культурного різноманіття, соціальне підприємництво у культурі пропонує сталу модель функціонування культурних практик і проєктів, поєднуючи досягнення соціального ефекту з економічною самодостатністю. Соціальні підприємства у галузі культури – це такі культурні практики та проєкти, які функціонують з урахуванням потреб спільноти, активно залучають ресурси з різних джерел – від продажу послуг до фандрайзингу й соціального інвестування – і водночас створюють простори для інклюзивності, творчості та культурного діалогу. Таким чином, соціальні підприємства у галузі культури доцільно розглядати як модель господарської діяльності, що забезпечує довготривалу фінансову та організаційну сталість культурних ініціатив, а в макроекономічному контексті – засіб трансформації парадигми культурного управління – від споживчої до партнерської та продуктивної.

Місце соціального підприємництва у розвитку культури розкривається у двох взаємопов'язаних напрямках: через підтримку культури в її інституційно-організаційному сенсі та як середовище відтворення культурних цінностей через бізнес-моделі, що базуються на ідеях соціальної відповідальності, солідарності та участі громади. На відміну від традиційного бізнесу, який орієнтується передусім на отримання прибутку, соціальні підприємства в культурній сфері визначають пріоритетом діяльності не комерційний успіх, а вплив на якість культурного середовища, розширення доступу громадськості до мистецтва, збереження спадщини та розвиток креативних індустрій.

Соціальне підприємництво в культурі може отримувати вираження через створення майданчиків для локальних митців, організацію культурних подій та фестивалів, виробництво культурного продукту із залученням вразливих верств населення, збереження нематеріальної культурної спадщини чи перетворення занедбаних просторів на культурно-громадські центри. Серед найвідоміших прикладів реалізації концепції соціального підприємництва у галузі культури є діяльність мистецького об'єднання «Дзига» у Львові, яке поєднує виставкову, концертну, фестивальну та видавничу діяльність. «Дзига» працює у гібридному форматі, поєднуючи прибуткову комерційну діяльність (ресторан, продаж мистецьких виробів, організація подій) із культурною місією, забезпечуючи власну фінансову автономність при збереженні суспільного значення діяльності [1]. Проєкти цього об'єднання, зокрема фестиваль «Jazz Bez», стали постійним інструментом міжрегіонального і міжнародного культурного обміну. Подібний формат діяльності практикує «ГогольFEST», який поєднує незалежне мистецтво, міждисциплінарні експерименти та культурну децентралізацію. Функціонуючи як мультидисциплінарна мобільна культурна платформа, фестиваль залучає місцеві громади, митців, бізнес та органи публічної влади до створення спільного культурного продукту [4]. Фінансову окупність культурної ініціативи забезпечує

комерціалізація певних аспектів діяльності (продаж вхідних квитків, сувенірна продукція, партнерські пакети), проте ключова мета полягає у формуванні нової культурної екосистеми в регіонах.

Діяльність приватного Музею вівчарства в с. Космач Івано-Франківської області охоплює не тільки демонстрацію побуту та роботи карпатських вівчарів, але й виробництво і продаж продуктів вівчарства, організацію майстер-класів, туристичних подій та культурно-пізнавальних програм. Працюючи як соціальне підприємство, Музей створює робочі місця для місцевого населення, підтримує традиційні напрями економічної діяльності мешканців гірської частини України, сприяє посиленню туристичної привабливості регіону загалом. Його діяльність не тільки активізує економічну активність у віддаленому регіоні України, але й сприяє збереженню його нематеріальної культурної спадщини [5].

Таким чином, соціальний, культурний, економічний вплив соціальних підприємств нерідко виходить за межі конкретної культурної ініціативи та має довготривалий ефект у формі підвищення культурної активності громадян, посилення міжкультурного діалогу та взаємодії між митцями, громадськістю, органами публічної влади й донорами, зміцнення національної ідентичності, а також активізації місцевої економіки та вирішення соціальних проблем.

Культурна сфера вразлива до ринкових коливань, оскільки не завжди забезпечує швидку окупність витрат, а попит на культурні послуги часто має латентний характер, залежний від рівня освіти, доходу та ціннісних орієнтацій споживачів. Соціальне підприємництво дає можливість подолати ці бар'єри завдяки використанню гібридних моделей фінансування, зокрема фандрайзингу, грантів, крос-субсидування, добровільних внесків тощо. Важливою перевагою є гнучкість організаційних форм, що дозволяє адаптуватися до культурних потреб місцевої спільноти й залучати громадськість до процесу творення культурного продукту.

З початком масштабної війни в Україні тема соціального підприємництва, в тому числі у галузі культури, набула нового імпульсу. Концентрація ресурсів держави на завданнях оборони країни від зовнішньої агресії зумовлює звуження фінансових можливостей органів публічної влади надавати фінансову підтримку культурним ініціативам. За цих обставин соціальні підприємства у культурі можуть заповнити вакуум, зберігаючи та розвиваючи культурне життя на місцях, підтримуючи моральний дух суспільства, сприяючи психологічній реабілітації та збереженню національної ідентичності українців. Водночас вони можуть бути платформами для формування нової культурної політики, в основу якої будуть покладені принципи партисипативності, відкритості та стійкості.

Ініціативи соціального підприємництва у галузі культури сприяють не лише духовно-культурному розвитку громади, але й створюють додану вартість у вигляді туристичної привабливості, підвищення інтересу до території як місця для інвестицій, стимулювання місцевого виробництва та ремесел, формування позитивного іміджу регіону. Таким чином, культура постає не лише як сфера, що

потребує підтримки, а як чинник розвитку громад, соціальної згуртованості їхніх мешканців.

Інституціалізація соціального підприємництва в культурній сфері потребує підтримки на державному, регіональному і місцевому рівнях. Йдеться не стільки про пряму фінансову підтримку, як про створення сприятливого правового поля, механізмів фіскального стимулювання, доступу до інфраструктури, публічної легітимації таких форм діяльності. Важливо також розвивати освітні програми та мережі підтримки для соціальних підприємців у галузі культури, які нерідко поєднують креативну діяльність із високим рівнем соціального активізму, проте не мають необхідних компетенцій для довготривалого управління проектами.

Загалом соціальне підприємництво в культурі є інноваційною відповіддю на виклики як соціального, так і культурного порядку денного. Воно забезпечує поєднання економічної життєздатності культурних ініціатив із їх соціальною місією, активізує громадянське суспільство, стимулює інклюзивні культурні процеси. Його потенціал вимагає подальших досліджень і впровадження у практику стратегічного управління розвитком громад, особливо в контексті післявоєнного відновлення, євроінтеграції та децентралізації.

Список використаних джерел

1. Артцентр «Дзига». URL: <https://dzyga.com/about/>
2. Горин В. П., Булавинець В. М. Соціальне підприємництво як інструмент диверсифікації фінансування соціальної політики. Агросвіт. 2021. № 15. С. 29-35. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42127>
3. Горин В. П. Зарубіжний досвід державного фінансового забезпечення виробництва культурних благ: висновки для України. Світ фінансів. 2009. № 2 (19). С. 155-160. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/10871/1/19-155.pdf>
4. Джафарова Т. Gogolfest повернувся: як пройшов фестиваль сучасного мистецтва. URL: <https://suspilne.media/culture/862561-gogolfest-povernuvsa-ak-projsov-festival-sucasnogo-mistectva-fotoreportaz/>
5. Народні ремесла: унікальний музей вівчарства в Космачі. URL: <https://typical.if.ua/narodni-remesla-unikalniy-muzey-vivcharstva-v-kosmachi>