

*Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА  
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

*Тема: Бізнес моделі соціального підприємництва*

*Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Освітня програма 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»*

*Завідувач кафедри: \_\_\_\_\_/Карінцева О.І./*

*Керівник роботи: \_\_\_\_\_/Зубко К.Ю./*

*Виконавець: \_\_\_\_\_/Стрілець А.К./  
П.І.Б.*

*Група: \_\_\_\_\_  
Ез-71к  
шифр*

**Суми 2021**

## ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА....	6
1.1 Становлення та розвиток концепції соціального підприємництва .....	6
1.2 Світовий досвід соціального підприємництва .....	8
РОЗДІЛ 2 ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	12
2.1 Особливості формування соціального підприємництва в Україні .....	12
2.2 Бізнес-моделі соціального підприємництва.....	16
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА...24	
3.1 Проблеми та ризики реалізації моделі соціального підприємництва.....	24
3.2 Перспективні бізнес-моделі і напрямки розвитку соціального підприємництва.....	26
ВИСНОВКИ .....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	34

## Реферат

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Робота складається із вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 36 с., 8 рисунків, список використаних джерел із 25 найменувань.

*Метою роботи є вивчення бізнес-моделей соціального підприємництва та виявлення їх характерних особливостей.*

*Об'єктом дослідження є соціальне підприємництво.*

*Предметом дослідження є бізнес-моделі, які реалізуються в соціальному підприємстві.*

Для досягнення мети необхідно вирішити ряд завдань:

- розглянути основні концепції соціального підприємництва;
- проаналізувати світовий досвід соціального підприємництва та особливості формування соціального підприємництва;
- дослідити проблеми соціального підприємництва та бізнес-моделі соціального підприємництва;
- визначити перспективні бізнес-моделі і напрямки розвитку соціального підприємництва.

Методологічною основою роботи є метод наукового пізнання та системного підходу, порівняння, аналітичний метод, економіко-статистичний, а також діалектичний, структурно-функціональний методи.

У першому розділі роботи розглянуто етапи становлення та розвиток концепції соціального підприємництва, проаналізований світовий досвід соціального підприємництва.

У другому розділі сформовані особливості соціального підприємництва в Україні та проаналізовані існуючі бізнес-моделі соціального підприємництва.

У третьому розділі роботи визначені проблеми та ризики реалізації моделі соціального підприємництва та рекомендовано перспективні бізнес-моделі і напрямки розвитку соціального підприємництва.

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, бізнес модель.

## ВСТУП

Актуальність теми обумовлена тим, що соціальне підприємництво є новаторською діяльністю, в першу чергу спрямованою на рішення або пом'якшення соціальних проблем, що виникають у суспільстві. Але, тим не менш, через свою новизну, багато аспектів і проблеми соціального підприємництва є маловивченими, що впливає на якісне обґрунтування і динаміку зміни даного явища. Крім того, явище соціального підприємництва ще не вкоренилася в свідомості багатьох людей як важливий елемент розвитку суспільних відносин і інструмент зменшення рівня соціальної нерівності.

Теоретична значимість роботи полягає у визначенні основних підходів до вивчення соціального підприємництва, його характерних особливостей і відмінностей від благодійної діяльності, традиційного бізнесу і діяльності некомерційних організацій, а також важливу роль соціального підприємництва в пом'якшенні або вирішенні нагальних соціальних проблем. Отримані в результаті дослідження теоретичні положення сприяють систематизації та збільшенню знань в області економіки, бізнесу та соціального підприємництва.

У вивчення підприємництва внесли вклад: Р. Кантильон, який першим зробив систематичний опис даного явища; А. Сміт, який розробив вчення про поділ праці, про трудову теорію вартості, про особистий інтерес індивідумів як про стимулі прогресивного розвитку соціуму. Підприємництво як інноваційну активність аналізують П. Друкер і Й. Шумпетер.

Незважаючи на те, що соціальне підприємництво як явище соціального та економічного життя західних суспільств, існує не одне десятиліття, в міжнародних дослідженнях саме визначення поки не отримало стійкого й однозначного трактування. По-перше, вивчення соціального підприємництва як феномена - порівняно новий напрям соціальних досліджень навіть в розвинених індустріальних країнах. По-друге, світовими дослідженнями в галузі соціального підприємництва ще не накопичений достатній досвід аналізу

його різних практик, тим більше, не дістає порівняння його форм в країнах з різним рівнем соціального і економічного розвитку.

Визначення сутності соціального підприємництва представлено в працях зарубіжних та вітчизняних вчених: Дж. Мейр, І. Марті, К. Альтер, Р.Л. Мартіна, С. Осберг, С. Алворда, Г. Диза, П. Друкера, І. Березяк, Я. Гришиної, Н. Губської, М. Дейч, В. Дикань, Н. Добрової, В. Компанієць, В. Кулькової, А. Московської, В. Назарук, та багатьох інших [1-3].

*Метою роботи є вивчення бізнес-моделей соціального підприємництва та виявлення їх характерних особливостей.*

*Об'єктом дослідження є соціальне підприємництво.*

*Предметом дослідження є бізнес-моделі, які реалізуються в соціальному підприємстві.*

Для досягнення мети необхідно вирішити ряд завдань:

- розглянути основні концепції соціального підприємництва;
- проаналізувати світовий досвід соціального підприємництва та особливості формування соціального підприємництва;
- дослідити проблеми соціального підприємництва та бізнес-моделі соціального підприємництва;
- визначити перспективні бізнес-моделі і напрямки розвитку соціального підприємництва.

Інформаційну базу дослідження склали дані служб державної статистики, нормативно-правові документи, які регламентують підприємницьку діяльність і діяльність некомерційних організацій, також монографії, статті в наукових журналах, матеріали періодичних видань з досліджуваної тематики.

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

### 1.1 Становлення та розвиток концепції соціального підприємництва

Соціальне підприємництво включає в себе дві основні сфери: соціальну і економічну, виходячи з цього, в сучасному суспільстві з'явилася велика кількість різних трактувань соціального підприємництва.

Труднощі формування концепції соціального підприємництва пов'язані зі створенням теоретичної бази на практичних знаннях і аналізі існуючих кейсів. Відсутність загальноприйнятого трактування визначення призводить до розмитості границі між соціальним підприємництвом і підприємництвом в соціальній сфері.

Одні дослідники вважають, що в основі соціального підприємництва лежить чесне ведення бізнесу і реалізація соціальної місії. Інша група дослідників спрямовує свій погляд на тему стійкості та трансформації як основних базисів соціального підприємництва. Третя група дослідників на чолі з Д. Робінсон розглядають соціальне підприємництво, як процес виявлення й вирішення соціальної проблеми, як через комерційні, так і некомерційні структури [4].

Грегорі Диз, родоначальник визначення, виділяє конкретні фактори, що відрізняють соціальне підприємництво від традиційного підприємництва:

1. прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага);
2. виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
3. здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання;
4. рішучість дій, які не обмежена наявними ресурсами;
5. висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності - як перед клієнтами, так і перед суспільством;

6. комбінування наявних ресурсів для створення можливостей прискорення соціальних змін і / або задоволення соціальних потреб;

7. виникнення соціальних перетворень в якості одного з результатів діяльності соціального підприємця.

На думку Г. Діза, соціальне підприємництво використовує кращі практики традиційного підприємництва для виконання соціальної місії [5, с.128].

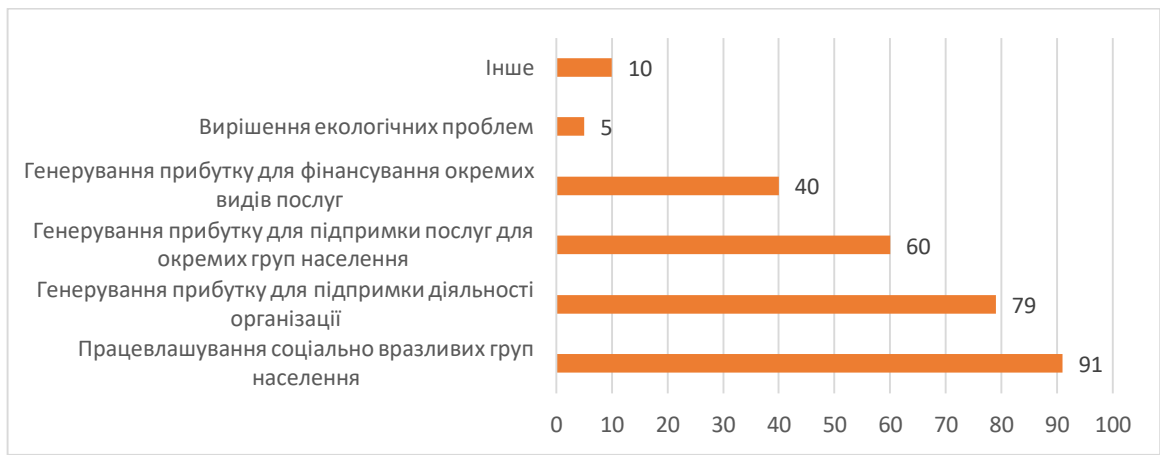


Рис. 1.1 Види діяльності соціальних підприємств, %

Соціальне підприємництво - це новий спосіб соціально-економічної діяльності, що з'єднує в собі соціальну направленість підприємства з підприємницьким новаторством і досягненням стійкої самокупності. В основі соціального підприємництва закладено функціонування так званих соціальних підприємств - 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, згідно з аналізом науково-дослідних джерел можна прийти до висновку, що соціальним підприємництвом є підприємницька діяльність, спрямована на рішення або пом'якшення актуальних соціальних проблем. Однак головною відмінністю соціального підприємництва від діяльності комерційних структур є те, що інтереси суспільства висувуються на перший план, залишаючи позаду прагнення до отримання фінансового прибутку [6, с. 50].

Соціальні підприємці, будь-то організації або приватні особи, можуть працювати в різних сферах, реалізуючи соціальні проекти в рамках своєї основної діяльності: охорона здоров'я, освіта, сільське господарство, послуги.

Серед принципів соціального підприємництва основними є інноваційність, самоокупність, фінансова стійкість. До соціальних інновацій відносяться нові стратегії, концепції, ідеї й організації, які задовольняють будь-які соціальні потреби - від умов праці та освіти до розвитку громад та охорони здоров'я, сприяючи розширенню та зміцненню громадянського суспільства.

Фінансова стійкість, передбачає вирішення соціальних проблем за рахунок доходів, одержуваних від власної діяльності [7, с. 13].

## **1.2 Світовий досвід соціального підприємництва**

В даний час можна говорити про соціальне підприємництво (СП) як про поширене явище: в 2019 році у Всесвітній тиждень соціального підприємництва брали участь представники понад 150 країн Африки, Азії, Європи, Північної і Південної Америки, Океанії.

Особливий внесок в розвиток соціального підприємництва в світовій практиці належить Сполученим Штатам Америки. Причинами виникнення СП в США стало відсторонення держави від вирішення соціальних проблем, розвинена інфраструктура, сформована завдяки різним фондам, а також науковим напрацюванням в даній області.

Особливість американського шляху розвитку соціального підприємництва полягає в наявності розширеної та стійкої системи приватної підтримки у вигляді благодійних фондів та податкових пільг для економічної діяльності.

Американський підхід має на увазі широке визначення СП, де соціальні підприємства включають ряд організацій і видів діяльності, які створені для вирішення соціальних завдань, проте фінансово стійкі і самостійно заробляють на виконанні соціальної місії. Найпоширенішою організаційно-правовою



формою (ОПФ) в США є низькодохідні компанії (low-profit limited liability company) [8].

Огляд юридичних структур і законодавства багатьох європейських країн, які використовують внутрішньодержавні закони, що регулюють соціальні підприємства (Бельгія, Фінляндія, Франція, Італія, Польща, Португалія, Південна Корея) показує, що ці закони вирішують спільні проблеми інституціоналізації соціального підприємництва, визначають організаційно-правові форми соціальних підприємств, умови їх сертифікації та податкові пільги [9].

Першою європейською країною, яка підтримала на державному рівні СП, стала Італія, яка затвердила в 1991 році ОПФ соціального кооперативу. Італійськими законами, про соціальні кооперативи, соціальні підприємства поділялися на дві групи. До групи «А» (соціального обслуговування) були включені кооперативи, що надають послуги в галузі охорони здоров'я, освіти, догляду за людьми похилого віку та інвалідами, а в групу «В» - соціальні підприємства, що надають будь-які послуги, головне призначення яких полягає в забезпеченні працевлаштування незахищених верств населення. За італійським шляхом пішли Португалія, Греція, Франція, Польща.

З 2003 р польський уряд проводить активну політику, націлену на масове поширення ідеї відкриття соціальних кооперативів. Групи населення, які мають право створювати соціальні кооперативи - це безробітні протягом тривалого часу, звільнені з ув'язнення, біженці, інваліди, бездомні, що потрапили в залежність від алкоголю і наркотиків. Стартовий капітал для відкриття кооперативу надається державою в розмірі субсидії в 3500 євро [10, с.71].

У 2002 р соціальні підприємства Великобританії отримали законодавчу підтримку. Уряд затвердив визначення СП як бізнес, що бачить своєю основною метою виконання соціальних завдань, чий прибуток реінвестується для цієї мети або для місцевої громади, а не розподіляється між власниками бізнесу або його акціонерами [11, с.252].

Європейський досвід практики застосування соціального підприємництва в значній мірі відрізняється від американської, оскільки має кілька особливостей.

По-перше, виникнення СП в Європі відбулося завдяки активній підтримці держави.

По-друге, в Європі СП являє собою найбільш інституційно зрілу форму міжсекторного партнерства, в якій держава, бізнес і некомерційні організації знаходять способи кооперації для вирішення соціальних проблем, що виходять за межі їх безпосереднього впливу, або вимагають об'єднання ресурсів.

По-третє, в наявності підприємницький характер даного виду діяльності.

По-четверте, в європейському контексті базою для розвитку СП послужив кооперативний рух. Можливо тому на відміну від американських соціальних підприємств, орієнтованих на виробництво соціального продукту, доступного споживачам на безоплатній основі або за цінами, нижчими від ринкових, європейські соціальні підприємці націлені на створення нових робочих місць вразливим групам зі зниженою конкурентоспроможністю на ринку праці[12, с.33].

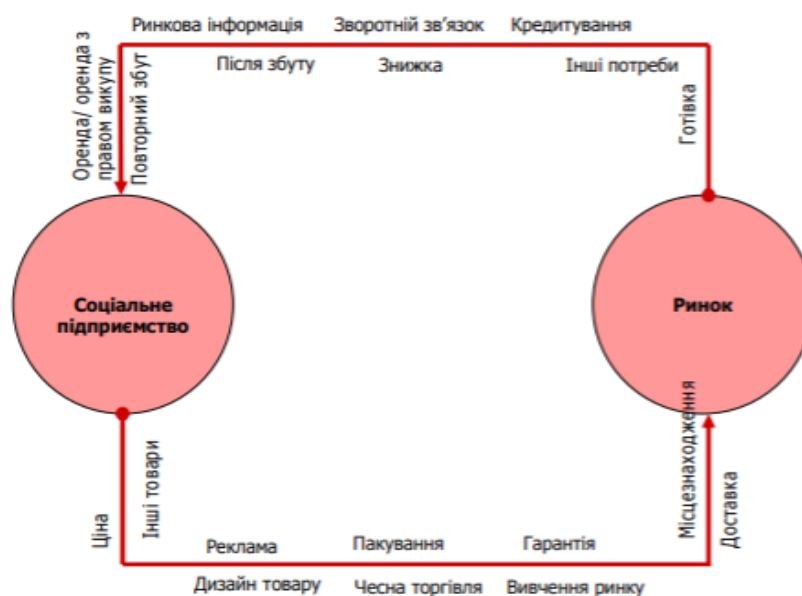


Рис. 1.2 Інтеграція соціального підприємства в ринкових умовах [12].

В результаті проведеного аналізу особливостей становлення соціального підприємництва в різних країнах світу виділимо основні тренди розвитку соціального підприємництва:

1. масштабна підтримка сектора СП державними виконавчими та законодавчими органами влади і активна законотворча діяльність;
2. аутсорсинг соціальних послуг: держава вибирає соціальні підприємства в якості постачальників послуг населенню, а також існує помітна частка соціальних підприємств в державних закупівлях;
3. персоналізація соціальних послуг: надання кінцевому споживачеві можливості самому визначити асортимент і рівень якості соціальних послуг;
4. перетворення інвестицій - темп розвитку перетворення інвестування зростає, передбачається, що через 5 років розмір залучених активів досягне \$ 500 млрд. дол.;
5. стійке зростання кількості різних бірж СП - таких структур, які об'єднані загальним соціальним форматом, але сильно відрізняються один від одного механізмами роботи;
6. створення на державному рівні організаційно-правових форм СП;
7. створення спеціальних сертифікаційних систем для соціальних підприємств[13].

## РОЗДІЛ 2 ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

### 2.1 Особливості формування соціального підприємництва в Україні

В сучасній Україні безліч актуальних соціальних проблем, таких як: безробіття, скорочення державних витрат на розвиток соціальної сфери, зниження рівня життя населення, скорочення переліку безкоштовних послуг, що надаються в рамках безкоштовного медичного обслуговування, збільшення кількості громадян похилого віку та як наслідок старіння населення, всі вони вимагають інноваційних підходів до їх вирішення. У ролі такого підходу виступає соціальне підприємництво, основною метою якого, є вирішення соціальних проблем. Як правило, соціальний підприємець прагне вирішити одну конкретну соціальну проблему. Однак варто пам'ятати про те, що розвиток соціального підприємництва позитивно впливає і на вирішення проблеми працевлаштування населення[14, с.130].

Соціальне підприємництво сміливо можна віднести до соціальної відповідальної діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва, спрямованого на вирішення соціальних проблем. Перш за все, це забезпечення зайнятості інвалідів, матерів, які мають дітей віком до 3 років, випускників дитячих будинків, а також осіб, звільнених з місць позбавлення волі протягом 2 років, за умови, що середньооблікова чисельність зазначених категорій громадян серед працівників становить не менше 50%; а частка у фонді оплати праці - не менше 25% [15].

Так само дослідники в якості необхідного функціонування СП відзначають надання послуг, а в деяких випадках виробництво товарів, в наступних сферах діяльності:

– допомога у визначенні професійної орієнтації та працевлаштування, включаючи сприяння самозайнятості;

- діяльність, спрямована на поліпшення якості життя населення: соціальне обслуговування громадян, послуги охорони здоров'я, фізичної культури та спорту, проведення занять в дитячих секціях;
- сприяння постраждалим в результаті стихійних лих, екологічних, техногенних чи інших катастроф, соціальних, національних, релігійних конфліктів, біженців та вимушених переселенців;
- допомога інвалідам, виробництво протезно-ортопедичних виробів, а також технічних засобів, включаючи автотранспорт, матеріали, які можуть бути використані виключно для профілактики інвалідності або реабілітації інвалідів;
- робота з нужденними категоріями в сфері культурно-просвітницької діяльності (театри, школи-студії, музичні установи, творчі майстерні);
- надання освітніх послуг категоріям громадян, які мають труднощі, пов'язані з навчанням;
- сприяння залученню в соціально - активну діяльність соціально незахищених груп громадян (інваліди, сироти, випускники дитячих будинків, люди похилого віку, люди, які страждають на наркоманію та алкоголізм) [16, с.182].

В даний час в Україні досить гостро стоїть питання про відношення соціального підприємництва до якого-небудь типу організації, будь то благодійність або соціально-відповідальний бізнес. Зараз спостерігається невелика кількість реально діючих в бізнесі соціальних підприємств, а головне, безліч з цих організацій не сприймають себе як соціальних підприємців. В більшості випадків соціальні підприємці не знають, що вони соціальні підприємці.

Більшість експертів вважають, що саме некомерційні організації, які займаються господарською діяльністю, виступають в ролі соціальних підприємців. Тобто саме ці некомерційні організації можуть бути сегментом формування і розвитку соціальних підприємств. Додатковою характеристикою

підприємств є сфера їх діяльності: вона повинна допускати можливість реалізації підприємницьких принципів [17].

Так, в Україні соціальне підприємництво на даний момент не є інструментом соціальної політики, хоча в багатьох країнах світу соціальні підприємства вже давно досить тісно працюють спільно з державними організаціями, як на загальнонаціональному, так і на місцевому рівнях.

Правова регламентація державно-приватного партнерства в умовах формування правової моделі соціального підприємництва відносить державно - приватне партнерство до основної правової форми соціального підприємництва, оскільки визначає його як діяльність, спрямовану на досягнення соціально корисного ефекту.

Варто відзначити, що державно - приватне партнерство існує в наступних формах: концесії, державні контракти, орендні (лізингові) відносини, угоди про розподіл продукції, державно-приватні підприємства.

Таким чином, розвитку соціального підприємництва в країні повинен сприяти не тільки зарубіжний досвід, а й державні програми, що стимулюють соціальних підприємців на введення інновацій в соціальній сфері. На жаль, в даний час такі програми в більшій мірі спрямовані на вирішення соціальних проблем виключно з боку держави, не привертаючи зацікавлені сторони, а саме соціальне підприємство. Тобто необхідна корекція програм, що сприяє поліпшенню якості життя громадян, за допомогою залучення соціального підприємництва до вирішення актуальних соціальних проблем.

Крім того, велика кількість соціальних підприємців зареєстровано як ПП (приватний підприємець), що в свою чергу породжує труднощі в здійсненні їх діяльності. Пояснюється це тим, що форму ПП оформити набагато легше на відміну від інших організаційних форм.

Таким чином, організаційна форма соціального підприємництва дуже важлива для діяльності організації, однак, створені державою заходи суперечливі. З одного боку, оформлення ПП викликає менші труднощі, з

іншого боку, лише соціальні підприємці можуть брати участь в державних грантах.

Московська А. А., спираючись на світову практику, виділяє механізми і моделі, які використовують соціальні підприємці для вирішення поставлених проблем:

- прийняття бізнесом нових стандартів діяльності;
- створення нових інфраструктур, на основі яких вибудовуються нові економічні відносини, в тому числі створення торгово-посередницьких і інвестиційних інфраструктур;
- акумуляція ресурсів для їх вкладення в рішення конкретних суспільно значущих проблем;
- створення нових економічних інструментів[18].

Виходячи з цього, соціальні підприємства є феноменом, що задає новий вектор в економічній і соціальній сфері суспільства. Аналіз соціального підприємництва дозволяє виділити його основні етапи:

1. Пошук можливостей, що полягає у визначенні соціальних проблем і незадоволених потреб;
2. виділення концепції розвитку, тобто виявлення соціальних вигод, ранжування нових продуктів або ринків;
3. залучення, як правило, раніше невикористаних ресурсів (фінансових, людських, інтелектуальних та ін.);
4. стадія появи і зростання: становлення, наступна за ним зміна результатів діяльності, як один з підсумків - розширення підприємств.

В якості моделей соціального підприємництва в Україні можна виділити наступні форми:

- 1) виробництво товарів;
- 2) надання соціально важливих послуг і робіт, в т. ч. для окремих категорій громадян.

Що стосується життєздатності соціальних підприємств, варто відзначити важливість залучення фінансових коштів в об'єкти соціального підприємництва. Розвиток цих інструментів дозволить соціальним підприємствам стати конкурентоспроможними в праві надання найбільш високої якості послуг і як наслідок поліпшити якість життя населення. В якості важливого драйвера розвитку соціального підприємництва повинна виступити інвестиційна відкритість таких підприємств і прозора система звітності. Це створить умови для формування соціального фінансового ринку.



Рис. 2.1 Складові соціального аудиту [19].

Фінансові кошти в соціальному підприємництві повинні направлятися на тиражування моделей, які довели свою ефективність на практиці. З одного боку, це може вплинути на інноваційну діяльність соціальних підприємств, з іншого- сприятиме і фінансової стабільності, так як в найближчі роки очікується скорочення державних витрат у соціальній сфері та їх акумуляція на програмах, що приносять очікувані і вимірні результати. Пріоритетними будуть ті соціальні підприємства, які використовують ефективні моделі монетизації соціального впливу, що може привести до укрупнення соціального бізнесу.

Для оцінки реально діючих соціальних підприємств необхідний підрахунок і аналіз роботи організацій, проте, на даний момент даної



можливості немає. Пояснюється це тим, що багато соціальних підприємства не самоідентифікуються по ряду причин (нерозуміння суспільства, нерозуміння власної специфіки), відсутні критерії оцінки соціальних підприємств.

Найбільша кількість соціальних підприємств зареєстровано в Київській (139), Дніпропетровській (80), Одеській (53) областях.

16% організацій, які отримали особливий статус, займаються додатковою освітою. 13% надають послуги з денного догляду за дітьми. 10% ведуть діяльність в області фізкультури, спорту і оздоровлення, і ще 7% в області охорони здоров'я.

Також зареєстровані соціальні підприємства надають соціальні послуги без забезпечення проживання, здійснюють діяльність у сфері творчості та мистецтва (5%), відпочинку та розваг (4%) та дошкільної освіти (3%)[20].

Соціальне підприємництво в Україні представлено, перш за все, в галузях охорони здоров'я, освіти і соціального обслуговування. Однак область підприємництва соціального призначення здатна включити в себе рішення величезної кількості проблем, які зачіпають суспільство.

## **2.2 Бізнес-моделі соціального підприємництва**

Щоб краще зрозуміти форми підприємництва, розглянемо існуючі бізнес-моделі соціального підприємництва.

Виділяють 5 ключових типів бізнес-моделей в соціальному підприємстві:

тип 1 - бізнес-модель «Платформа»;

тип 2 - бізнес-модель «Доступ до ринку»;

тип 3 - бізнес-модель «Зайнятість»;

тип 4 - бізнес-модель «Доступ до товару / послуги»;

тип 5 - бізнес-модель «Благодійність» [21].

Розглянемо кожен з бізнес-моделей докладніше.

1. Бізнес-модель «Платформа».

У бізнес-моделі «Платформа» (рис. 2.2) соціальний підприємець виступає в якості посередника між благоотримувачем і покупцем, реалізуюючи основну мету - забезпечення доступу благоотримувача до ринку. Зазвичай соціальний підприємець виконує функцію брокера, які не купуючи товар у благоотримувача. Як правило, за таким принципом можуть працювати організації, які надають інформаційні послуги через створення майданчиків для обміну інформацією та здійснення комерційної діяльності, як в реальному форматі (торгові майданчики, виставки), так і в онлайн-режимі (інформаційні інтернет-портали). Благоотримувач оплачує послугу, отримуючи доступ до ресурсів, послугі, які надає йому соціальний підприємець.

Благоотримувач в такій моделі знаходиться на початку ланцюжка створення цінності, надаючи, наприклад, інформаційні ресурси, а соціальний підприємець перетворює даний ресурс в кінцевий продукт (наприклад, база даних) і надає його кінцевому користувачеві.

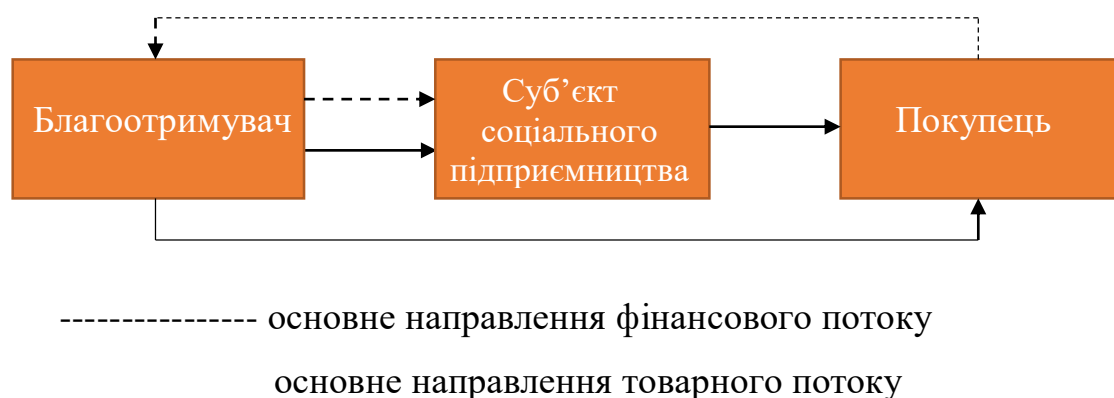


Рис.2.2 Бізнес модель «Платформа»

У чистому вигляді ця модель не поширена. Причина цього, швидше за все, в тому, що досить складно забезпечувати фінансову стійкість організації за рахунок, як правило невеликих, внесків благоотримувачів. Тому часто соціальні підприємці включають в бізнес-модель інші джерела надходження грошових коштів, наприклад дохід від оплати розміщення реклами, абонентську плату від кінцевого користувача, тобто з'єднують кілька базових бізнес-моделей.

## 2. Бізнес-модель «Доступ до ринку».

У моделі «Доступ до ринку» (рис.2.3) соціальний підприємець також є посередником, забезпечуючи доступ благоотримувача до ринку, проте на відміну від моделі «Платформа» благоотримувач не виступає джерелом доходу, а соціальний підприємець, як правило, не тільки забезпечує майданчик для обміну інформацією, але і купує продукцію від благоотримувача: для перепродажу або в якості сировини для подальшого виробництва. Якщо основна діяльність соціального підприємця пов'язана з виробництвом продукції, і він закупає у благоотримувача сировину, комплектуючі тощо, то його фінансова модель будується на тій маржі, яку він отримує в результаті створення доданої вартості продукту. У тому випадку, якщо основна діяльність соціального підприємця знаходиться в сфері маркетингу та продажів і соціальний підприємець є дистриб'ютором продукції благоотримувача, то його доходом стає відсоток від фінальної вартості товару.

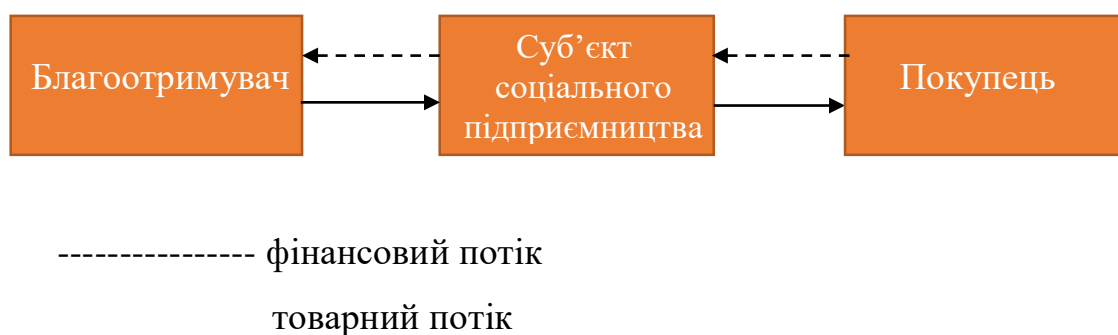


Рис.2.3 Бізнес модель «Доступ до ринку»

Даний тип бізнес-моделі широко використовується як в Україні, так і в інших країнах. Наприклад, компанія Nrou продає через інтернет продукцію, зроблену виробниками з країн, що розвиваються і США. На сайті компанії представлені живі історії, розказано про товар і про соціальний вплив, який створює кожна покупка. В Україні прикладом використання даного типу бізнес-моделі може виступати модель торгового дому «Більше, ніж покупка» який був створений в 2015 р з ініціативи засновника фонду «Наше майбутнє» для реалізації програми, спрямованої на допомогу в просуванні продукції соціальних підприємців

### 3. Бізнес-модель «Зайнятість».

Особливість бізнес-моделі «Зайнятість» (рис.2.4) в тому, що благоотримувач знаходиться всередині ланцюжка створення цінності. Ця бізнес-модель відображає ідею працевлаштування, зайнятості неблагополучних груп населення (наприклад, людей з обмеженими можливостями, без постійного місця проживання, випускників дитячих будинків і т.п.).

Місія організацій, що використовують дану бізнес-модель соціального підприємництва, пов'язана зі створенням умов для працевлаштування благоотримувачів, що сприяє їх соціальній та економічній інтеграції. При цьому фінансова стійкість, як правило, досягається за рахунок отримання доходу від продажу товарів або надання послуг на відкритому ринку. Це одна з найпоширеніших бізнес-моделей в соціальному підприємстві, основною метою якої є інтеграція, соціальна адаптація та поліпшення економічного становища певних груп осіб.

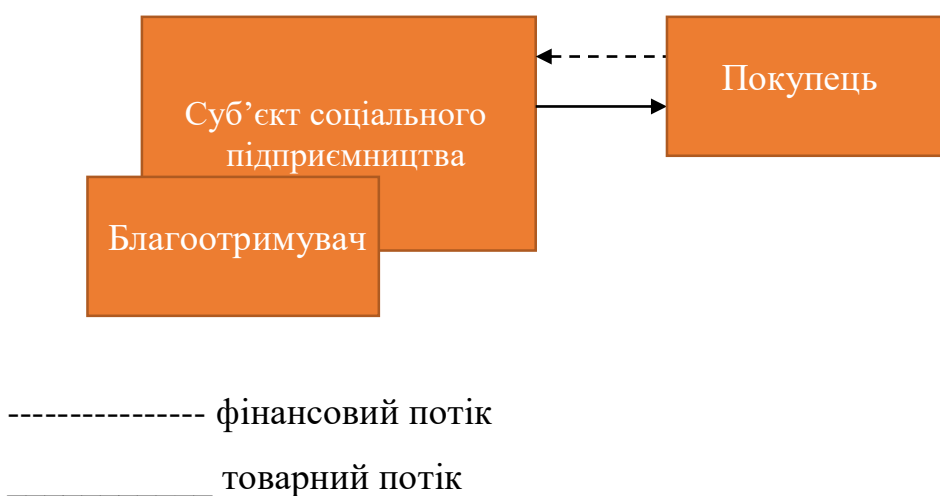


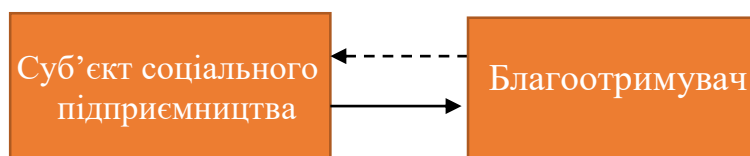
Рис.2.4 Бізнес модель «Зайнятість»

Історично в Україні соціальне підприємництво в сфері зайнятості стало розвиватися ще з появою будинків працевитості, які давали можливість сиротам, бідним отримати роботу і знайти нормальні умови для існування. Сьогодні з'являється все більше приватних ініціатив, спрямованих на соціалізацію та адаптацію певних груп людей, які не охоплені державними соціальними програмами і не затребувані ринком. Ідея соціалізації,

підвищення економічної стабільності осіб, які потребують цього, стала широко затребуваною у багатьох країнах в рамках соціального підприємництва, тому по всьому світу можна зустріти приклади виробничих, торгових компаній, організацій сфери послуг, де трудяться люди з фізичними та ментальними обмеженнями, які опинилися в складній життєвій ситуації.

#### 4. Бізнес-модель «Доступ до товару / послуги».

Наступна бізнес-модель «Доступ до товару / послуги» (рис. 2.5) покликана компенсувати провали ринку або держави, пов'язані з відсутністю або неможливістю доступу до товару чи послуги окремих груп людей. Так, наприклад, в Україні серйозною проблемою є навчання, соціалізація дітей-аутистів. При відсутності спеціальних освітніх установ для дітей з аутизмом не створені умови їх ефективної інтеграції ні в загальноосвітні установи, ні в спеціальні освітні установи для дітей з іншими проблемами розвитку. Існує цілий ряд організацій, які займаються створенням і розвитком програм, пов'язаних з наданням освіти для дітей-аутистів, тим самим створюючи можливість для цієї групи людей отримати необхідну послугу.



----- фінансовий потік

\_\_\_\_\_ товарний потік

Рис.2.5 Бізнес модель «Доступ до товару / послуги»

Найчастіше дана модель використовується в тих випадках, коли задовольняється потреба благоотримувачів в географічно віддалених районах, де відсутній послуга або товар через слабо розвинену інфраструктури. За рахунок використання інноваційного, новаторського підходу до вирішення проблеми соціальний підприємець здатний розробити бізнес-модель, яка дозволяє створювати цінність при одночасному досягненні фінансової

стійкості. Джерелом доходу в даній моделі виступає благоотримувач, який готовий заплатити за товар / послугу.

Нерідко товар або послуга в такий бізнес-моделі надається благоотримувачів за ціною нижче ринкової за рахунок використання певних механізмів, стратегій і інструментів, що дозволяють частково субсидувати благоотримувача (кроссубсидіювання). В цілому має сенс субсидувати більш чутливих до ціни користувачів. У соціальному підприємстві більш чутливою стороною, як правило, і є благоотримувач. Одним з поширених інструментів кроссубсидіювання служить цінова диференціація, коли виділяються різні споживчі сегменти, для яких встановлюються різні цінові пропозиції. Наприклад, клініка «Аравінд» в Індії, що надає офтальмологічні послуги, в тому числі хірургічні, проводить операції з оплатою малої частини вартості послуг за рахунок доходів від тих 40% пацієнтів, які можуть заплатити повну вартість послуги.

Надання благоотримувачів послуги або товару за ціною нижче ринкової також можливо за рахунок включення в бізнес-модель неринкових джерел отримання ресурсів. Наприклад, використання праці волонтерів дає можливість зниження цини.

##### 5. Бізнес-модель «Благодійність».

У бізнес-моделі «Благодійність» (рис. 2.6) благоотримувач отримує товар чи послугу абсолютно безкоштовно. Як правило, така модель використовується в тих випадках, коли благоотримувач неспроможний заплатити за товар. На відміну від попередньої моделі благоотримувач навіть частково не є джерелом доходу. Для повного субсидування благоотримувача соціальний підприємець активно використовує різні інструменти (наприклад, крос-субсидювання, використання краудфандінга і т. і.), Що дозволяють отримувати дохід не від благоотримувача, а від третьої сторони. Необхідно відрізнити тип бізнес моделі соціального підприємництва «Благодійність» від традиційної благодійності - в описуваної бізнес моделі місія і мета існування організації пов'язані з обслуговується на безкоштовній основі групою громадян,

і не є побічним результатом діяльності, як у благодійній діяльності соціально відповідальних компаній. Наприклад, компанія TOS SHOES - відомий виробник взуття - використовує при продажу модель «пара за пару» (one for one) - одна пара купується покупцем, а друга безоплатно передається благоотримувачам.

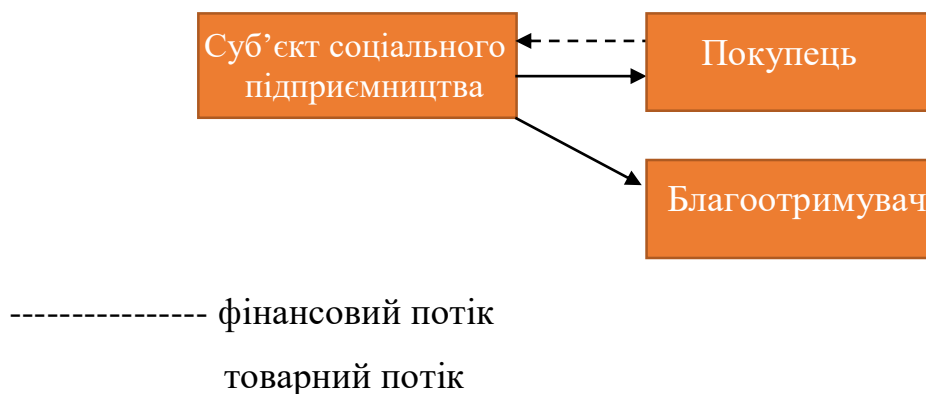


Рис.2.6 Бізнес модель «Благодійність»

Важливо відзначити, що основні моделі вважаються базовими, утворюючи змішані (гібридні) типи, які є досить поширеними в соціальному підприємстві[22].

Таким чином, створена в Україні в даний час система державної підтримки соціального підприємництва вимагає подальшого свого вдосконалення, а при розробці комплексних заходів підтримки суб'єктів соціального підприємництва необхідно враховувати практику функціонування даних форм господарювання, інтереси зайнятих в даній сфері працівників, тенденції розвитку економіки. Тільки в цьому випадку державна підтримка соціального підприємництва виявиться ефективною, буде сприяти подальшому становленню і розвитку даної сфери в інтересах національної економіки.

Резюмуючи сказане, слід підкреслити, що соціальне підприємництво дозволить підвищити економічну ефективність за рахунок використання ресурсів, які раніше не використовувалися. Йдеться про людські ресурси, а саме про таких групах населення, як інваліди, багатодітні матері, випускники дитячих будинків, колишні ув'язнені тощо, а також а матеріальних ресурсах - відходах виробництва.

Крім цього, воно буде сприяти працевлаштуванню соціально незахищених верств населення та людей, для яких зайнятість на повний робочий день неможлива.



## РОЗДІЛ 3 НАПЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

### 3.1 Проблеми та ризики реалізації моделі соціального підприємництва

Практика соціального підприємництва в країнах пострадянського простору стикається з низкою проблем, таких як визначення організаційно-правової форми підприємства, наявність чинної законодавчої бази щодо феномена, відсутність державних програм, що стимулюють соціальних підприємців на введення інновацій у соціальній сфері.

Незважаючи на наявність закордонного досвіду, соціальні підприємці України не здатні адаптувати ці програми, які успішно працюють в інших країнах. Це обумовлено національною специфікою, культурою і законодавчими рамками. В зарубіжних країнах соціальне підприємництво розвинене набагато більш гармонійно і поглиблено, ніж в Україні.

В даному випадку було б логічно переймати досвід попередників для більш безпечного впровадження інновацій, проте, слід враховувати специфіку країни. Так соціальна атмосфера вимагає редагування соціальних проектів з різних країн, оскільки повне копіювання неможливо. Пояснюється це особливим менталітетом жителів країни. Наприклад, в Європі безробітних осіб залучають у трудову діяльність за допомогою соціальних програм, заснованих на почутті соціальної відповідальності. Соціально незахищених осіб залучають завдяки психологічному стимулюванню до праці. В нашій країні буде мати успіх програма з аналогічною метою, але з абсолютно іншим набором методів та інструментів, і це є нормою, так як тут грає роль зазначений вище національний фактор[23].

Вивчення динаміки і особливостей соціального підприємництва залежить від існуючих підприємств, а характерні особливості автоматично поширюються на соціальне підприємництво. Умовою формування соціального

підприємництва є стан підприємницької активності в регіоні. Значення малого і середнього бізнесу в розвитку економіки регіону і країни є очевидним, так як цей бізнес забезпечує вирішення таких глобальних проблем, як зростання зайнятості населення, підвищення ефективності виробництва, стимулювання конкурентної боротьби, активізація впровадження інновацій.

Первинний аналіз існуючих моделей соціального підприємництва в світовій практиці дозволяє сформулювати ідею соціального проекту. Однак ця ідея ще не пройшла оцінку можливості її реалізації на практиці. Соціальний підприємець не знає, чи можна вибудувати навколо неї життєздатний соціальний проект і отримати соціальний ефект.

Виникає ряд питань:

- Чи отримає соціальна ідея достатнє визнання в суспільстві?
- Чи зможе підприємець залучити необхідний людський, соціальний, фінансовий і фізичний капітал для планомірного вирішення наявної проблеми?
- Чи існує для неї ринок?
- Є у неї потенціал до масштабування?

Якщо підприємець зможе відповісти на всі ці питання позитивно, то ідея дійсно є соціальною можливістю, на базі якої може бути створено соціальний проект .

Другий етап - досягнення місії. На базі місії або мети соціального проекту об'єднуються в можливість (вже показала свою спроможність) і ресурси. Основна увага в цьому випадку приділяється роботі соціального проекту по досягненню позитивного впливу в суспільстві.

Обидва етапи формують два найважливіших компонента будь-якого соціального підприємства - ідеї щодо задоволення потреб суспільства і середовища для їх задоволення. Середовище управляється елементом «Можливість» і заснована на місії. Саме синергія цих двох етапів уможливорює трансформаційне вплив на соціальну адаптацію та соціальну ефективність заявленої ідеї.

Діяльність соціального підприємця в цьому випадку відбувається всередині контексту, що включає в себе питання політики, культури, економічного середовища, соціальних норм, географії, історії, а також юридичної і фінансової системи, як факторів, здатних надати вплив на впровадження і результати соціального проекту в сфері освіти. Таким чином, зовнішня соціальне середовище є досить гнучкою і активно взаємодіє з діяльністю соціального підприємця.

Для життєздатності соціальних підприємств необхідно залучення фінансових коштів в об'єкти соціального підприємництва. Розвиток цих інструментів дозволить соціальним підприємствам стати конкурентоспроможними в якості надання високої якості послуг і як наслідок поліпшити якість життя населення. В якості важливого забезпечення розвитку соціального підприємництва повинна виступити інвестиційна відкритість таких підприємств і прозора система звітності. Це створить умови для формування соціального фінансового ринку. Фінансові кошти в соціальне підприємництво повинні направлятися на тиражування моделей, які довели свою ефективність на практиці. З одного боку, це може вплинути на інноваційну діяльність соціальних підприємств, з іншого - сприятиме і фінансової стабільності, так як в найближчі роки очікується скорочення державних витрат в соціальній сфері та їх акумуляція на програмах, що приносять очікувані та прогнозовані результати. Пріоритетними будуть ті соціальні підприємства, які використовують ефективні моделі монетизації соціального впливу, що може привести до укрупнення соціального бізнесу[24].

### **3.2 Перспективні бізнес-моделі і напрямки розвитку соціального підприємництва**

На підставі розглянутих теорій і концепцій стає очевидним той факт, що соціальне підприємництво займає в суспільстві особливу економічну і соціальну нішу. Розглядаючи в даній роботі соціальне підприємництво як

явище, що знаходиться на стику традиційного бізнесу та благодійності, слід виділити характерні ознаки, що відрізняють їх один від одного. Традиційний бізнес і соціальне підприємництво використовують дохід від власної діяльності для реалізації своїх цілей і завдань. Благодійна діяльність же формує своє майно на основі залучення зовнішніх ресурсів (спонсорство, пожертвування, гранти). Отже, традиційний бізнес і соціальне підприємництво не залежать від зовнішніх джерел фінансування (потрібен лише стартовий капітал), так як є самоокупними. Але при цьому соціальні підприємства спочатку створюються з метою виконання соціальної місії, що робить соціальний ефект заздалегідь запланованим і очікуваним, а не побічним, як це трапляється з комерційним підприємництвом. Іншими словами, соціальне підприємництво передбачає альтруїстичних манеру ведення бізнесу і є такою формою підприємницької діяльності, основна мета якої спрямована на вирішення соціальних проблем і соціальну самовіддачу, а не на отримання прибутку. Діяльність соціальних підприємців в основному спрямована на тих, хто не може задовольнити свої потреби власними силами через нестачу фінансових коштів, важкій життєвій ситуації. У зв'язку з цим, соціальне підприємництво за своєю суттю споріднене з добровільним (некомерційним, волонтерським) сектором економіки, так як соціальне підприємництво виступає механізмом, в якому гармонійно поєднуються бізнес і активна, відповідальна громадянська позиція. На підставі вищесказаного стає очевидно, що соціальне підприємництво має свої особливості, що відрізняються від традиційного бізнесу та благодійності.

Багато дослідників виділяють наступні основні ознаки соціального підприємництва:

Соціальна місія (соціальний вплив) - цільова спрямованість на рішення або пом'якшення соціальних проблем.

Інноваційність - використання в своїй діяльності унікальних, новаторських підходів, які сприяють примножити соціальний вплив

Підприємницький підхід - вміння шукати і знаходити вигідні можливості, грамотно аналізувати ринкову ситуацію і передбачати ризики, акумулювати

ресурси і розробляти стратегію діяльності, спрямовану на позитивне перетворення.

Самооплатність і фінансова стійкість - здатність підприємства функціонувати на постійній основі за рахунок доходів, одержуваних від власної діяльності.

Масштабованість - розширення масштабу діяльності соціального підприємства та поширення досвіду своєї діяльності з метою посилення соціального впливу[25].

На підставі цих положень ми бачимо, що соціальне підприємництво дійсно є гібридною формою організації, так як містить в собі поєднують елементи чисто комерційного сектора і риси, властиві некомерційним організаціям, що здійснюють свою діяльність з метою соціального впливу і за рахунок залучень зовнішніх інвестицій. Крім того, соціальне підприємництво характеризується таким способом організації бізнесу, який одночасно спрямований на формування економічного балансу і на використання організаційних інновацій для вирішення соціальних проблем.

Найбільш проблемними видами економічної діяльності для здійснення соціального підприємництва є:

1. Виробництво - причиною даного стану є зниження обсягу інвестицій, відсутність адекватних масових продуктів у фінансовому секторі, скорочення цільових програм підтримки виробництва наукомістких товарів.

2. Роздрібна торгівля - основним фактором стану даної сфери малих та середніх підприємств є захоплення ринку мережевими магазинами.

3. Слід зазначити неоднозначну оцінку перспектив сільськогосподарської сфери і тваринництва. Одні відзначають високу перспективу даної сфери та підтримку з боку держави. Інші, навпаки, відзначають обмеженість малого і середнього бізнесу в сфері сільського господарства, посиляючись на несприятливі погодні умови та малий інтерес з боку споживача. Основні причини відсутності економічного зростання малого бізнесу це низька купівельна спроможність населення, постійні нововведення в законодавчій базі

та високі витрати, пов'язані з підготовкою звітності для контролюючих органів і необхідністю обліку діяльності в різних електронних системах.

На підставі проведеного дослідження були розроблені наступні практичні рекомендації, які можуть бути використані для вдосконалення розвитку соціального підприємництва в Україні.

1. На державному рівні необхідно доопрацювати законодавчу базу в сфері соціального підприємництва, що містить точні критерії, що дозволяють чітко відмежувати цей вид бізнесу від традиційного. Законодавцям необхідно спиратися на вже існуючі принципи і характеристики цього виду бізнесу, розроблені на базі фондів підтримки соціального підприємництва, існуючих наукових розробок у цій галузі, діючих структурних органів, що займаються супроводом і підтримкою цього виду бізнесу, а також інтересів самих підприємців. За допомогою вже накопиченого світового та вітчизняного досвіду законодавці зможуть максимально врахувати аспекти та особливості українського соціального бізнесу, що мінімізує можливість не потрапляння вже діючих суб'єктів соціального підприємництва в цю сферу бізнесу.

2. Необхідно підвищити систему контролю при реєстрації того чи іншого виду діяльності. Підвищена система контролю дозволить мінімізувати або виключити спекуляції в цій галузі, тим самим сприяючи цілеспрямованому вступу різних ресурсів по підтримці до цільової аудиторії.

3. Необхідно наділити суб'єкти самостійними повноваженнями в сфері соціального підприємництва. Це дозволить регіональним властям здійснювати підтримку суб'єктам бізнесу з урахуванням специфіки і перспективних напрямків соціального підприємництва в областях. Такий підхід дозволить транслювати досвід соціального підприємництва не тільки на державному, а й на міжнародному рівні.

4. Необхідно налагодити злагоджену взаємодію між структурами з підтримки підприємництва, органами самоврядування та соціальними підприємцями. Було виявлено, що не обласні ради прагнуть розвивати і підтримувати соціальне підприємництво на своїх територіях, тому що не

вважають цей вид бізнесу значущим елементом соціально-економічного розвитку. Тому, для організації злагодженої взаємодії, необхідно підвищити зацікавленість районних та місцевих влад в підтримці суб'єктів соціального бізнесу. Цього можна домогтися за допомогою проведення різних семінарів, конференцій, круглих столів, на яких будуть присутні підприємці і представники влади.

5. Для найбільш успішного розвитку соціального підприємництва в областях та в Україні в цілому, суб'єктам соціального підприємництва необхідно грамотно використовувати інструменти фандрайзингу, тобто залучення зовнішніх коштів та інших ресурсів, які вони не можуть собі забезпечити самостійно, але які необхідні їм для успішної реалізації своєї діяльності. Іншими словами, соціальним підприємцям необхідно грамотно вміти використовувати ресурси інших великих компаній. Забезпечити таке залучення ресурсів можна за допомогою взаємної вигоди, наприклад, реалізацією вигідного для великої компанії проекту і т.і. Така взаємодія, в свою чергу, може сприяти розвитку плідних відносин між класичним бізнесом і соціальним підприємництвом.

6. Доцільно надавати суб'єктам соціального підприємництва пільгові умови оренди приміщень, хоча б на стадії стартапу. Це обумовлено тим, що багато підприємств даного типу є представниками малого бізнесу, і хоч вони і мають фінансову самостійність, часто мають досить низьку рентабельність і не мають власних приміщень для організації своєї справи. Надання пільгових умов оренди дозволить соціальним підприємцям якомога швидше налагодити товарообіг та надання послуг і підвищити рентабельність і фінансову стійкість.

7. Необхідно впровадити на базі шкіл та закладів середньої професійної та вищої освіти факультативні курси з підприємництва та соціального підприємництва. Такий освітній підхід дозволить підвищити економічну грамотність населення, поліпшити рівень знань в нормативному та організаційному середовищі бізнесу, прищепити знання і навички документознавства.

## ВИСНОВКИ

Соціальне підприємництво тільки починає свій розвиток в нашій країні. Щоб подолати бар'єр сприйняття, слід докласти ще багато зусиль. Все ж дуже радує той факт, що більша частина наших співгромадян визнають потребу в створенні компаній, що ставлять собі основним завданням не максимальний прибуток, а пошук рішень існуючих соціальних труднощів. В процесі написання даної роботи були виконані поставлені цілі і завдання.

1. Були виявлені недоліки і труднощі соціального підприємництва, характерні в даний час. Для соціального підприємництва важливо зберегти баланс між фінансовою стійкістю і збільшенням соціального внеску, бути визнаним і затребуваним суспільством. Аналіз соціального підприємництва в сучасній Україні дозволить найбільш детально вивчити дане явище.

2. Спочатку вчені виділяли два основних види соціальних підприємств: в основі одних лежить тільки благодійність, а в основі інших - комерція. Згодом, завдяки К. Альтера з'явився третій тип - гібридні підприємства.

3. Аналіз зарубіжного досвіду показав, що в умовах глобалізації соціальне підприємництво охопило всі країни, а в багатьох вже стало повноправним економічним інститутом.

4. Соціальне підприємництво в Україні представлено, перш за все, в галузях охорони здоров'я, освіти і соціального обслуговування. Однак область підприємництва соціального призначення здатна включити в себе рішення величезної кількості проблем, які зачіпають суспільство. Варто відзначити, що найчастіше зустрічається форма соціального підприємництва в Україні - некомерційні організації або індивідуальне підприємництво, що в свою чергу породжує труднощі в здійсненні діяльності лідерів. Важливе значення має державна політика, яка в свою чергу може підтримувати інновації і нові форми ведення діяльності, так і істотно сповільнювати і перешкоджати розвитку соціального підприємництва при введенні законодавчих обмежень.



5. В даний час перед державою, інститутами громадянського суспільства і населенням стоїть завдання звернути підвищену увагу до проблем і особливостей розвитку соціального підприємництва в окремих регіонах та в Україні в цілому. Це необхідно з тієї причини, що в умовах сучасної ринкової економіки бізнес все частіше бере на себе різні завдання з розвитку і вдосконалення всіх сфер суспільного життя. У сучасних умовах вже неможливо уявити собі життя без інструментів і, особливо, бізнесу. А поява і розвиток соціального підприємництва не тільки дозволяє підвищити рівень доступності до тих чи інших видів товарів і послуг, але сприяє пом'якшенню або навіть вирішенню багатьох сформованих соціальних проблем, що сприяє підвищенню рівня добробуту населення. Виходячи з основних проблем, що перешкоджають розвитку соціального підприємництва, можна виділити способи по їх усуненню:

- Спрощення процедури реєстрації некомерційних організацій;
- Скорочення кількості контролюючих органів і число перевірок;
- Зниження податків;
- Розробити окрему систему кредитування і грантів;
- Надати можливість отримання консультацій, допомоги з питань реєстрації та функціонування підприємства в будь-який зручний час на місцевому та регіональному рівнях.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Свинчук А. А., Корнецький А., Гончарова М., Назарук В., Гусак Н., Туманова А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін: посібник. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
2. Назарук В. Головний ресурс соціального підприємця. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/nazaruk.html> (дата звернення 22.04.2021)
3. Березяк І. І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка»*. 2014. Вип 25. С. 31-36.
4. Досвід Сполучених штатів Америки щодо розвитку та підтримки соціального партнерства URL: <http://slideshare.net/Vovainer/ss-36115255> (дата звернення 23.04.2021)
5. Волосковець, Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. С. 125-130.
6. Гришина Я. С. Социальное предпринимательство как инновационно-правовая основа обеспечения имущественных потребностей. *Государство и право. Вестник Нижегородского университета им. И.Н.Лобачевского*, 2013. №3(2). С.50-52.
7. Дикань В. Л. Українська модель економічної системи як нова концепція розвитку національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. Вип. 44. С. 11-17.
8. Braunerhjelm P.U. Hamilton. Social entrepreneurship – a survey of current research. Braunerhjelm. 2017. URL : <https://www.semanticscholar.org/paper/Social-entrepreneurship-%E2%80%93-a-survey-of-current-Braunerhjelm-Hamilton/88191e067987d09236a2f2ad15ebd11d32761d80> (дата звернення: 28.04.21).
9. Thomas C. The role of social entrepreneurship in community development. A research report submitted to the Faculty of Commerce, Law and Management

University of the Witwatersrand. 2019. URL : <https://tdsa.net/index.php/td/article/view/474/973> (дата звернення: 02.03.2021).

10. Стрелина Е. Н. Соціально-економічні питання. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету*. 2014. Том 2. С. 69-73.

11. Компанієць В. В. Сутність корпоративної соціальної відповідальності: базові підходи західної наукової думки. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2016. №4. С. 250-255.

12. Дейч М., Компанієць В. Факторы формирования и стимулирования социально ответственного поведения личности, бизнеса, общества, государства в Украине. *Вестник экономической науки Украины* . 2013. Том 24. Выпуск № 2 С. 28-35.

13. Добрава Н. В. Соціальне підприємництво. *Економічні інновації*. 2018. Вип. 59. С. 112-117.

14. Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6, Ч. 2. С. 129-132.

15. П'ять парадоксів соціального підприємництва URL: <http://gurt.org.ua/blogs/Василь%20Назарук/1288/bull> (дата звернення 17.05.2021)

16. Губская Н. В. Социальные инновации в условиях экономического кризиса. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. № 56, 2016. С. 182-188

17. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2013. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988> (дата звернення 14.04.2021)

18. Defourny J. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2019. Vol. 1. № 1 P. 32–53.

19. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики. Київ, 2010. - 13 с
20. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. Київ: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92с.
21. Emerson J. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation. 2017. P. 182.
22. Кикал Дж. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше / Джилл Кикал, Томас Лайонс; пер. с англ. М.: Альпина паблишер, 2014. 304 с.
23. Галушка З. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні. Вісник КНУ ім. Т.Шевченка. Серія «Економіка». 2013. Вип. 148. С. 16-17.
24. Гулевська-Черниш А. Соціальне підприємництво: європейський зліт, український реалізм. URL: <https://dt.ua/SOCIUM/socialne-pidpriyemnictvo-yevropeyskiy-zlit-vs-ukrayinskiy-realizm-272250.html> (дата звернення 17.05.21)
25. Соціальне підприємництво, як інструмент для вирішення соціально-економічних проблем. URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/podii-zakhody/177-sotsialne-pidpriyemnytstvo-iaak-instrument-dlia-vyrishenniasotsialno-ekonomichnykh-problem> (дата звернення 21.05.2020)