

# ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК: 334.722:316.334.24

JEL Classification: L260; L310

**Переверзєва Анна,**

*д.е.н, доцент кафедри міжнародної економіки,  
природних ресурсів та економіки міжнародного туризму,  
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8391-6636>  
pereverzeva@ukr.net*

**Волков Володимир,**

*д.т.н., професор кафедри підприємництва,  
менеджменту організації та логістики,  
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1270-895X>  
volkovvp49@gmail.com*

## ДОСЛІДЖЕННЯ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ ФОРМИ БІЗНЕСУ

**Об'єкт дослідження.** Об'єктом дослідження є процеси становлення та розвитку соціального підприємництва та їх вплив на забезпечення добробуту населення.

**Методологія.** Інформаційною базою дослідження є дані міжнародних організацій та результати наукових доробок провідних вчених, які опубліковані у монографічних і періодичних виданнях. В ході дослідження використовувалися методи наукового абстрагування (при визначенні соціальних та економічних критеріїв функціонування соціальних підприємств), порівняльного співставлення (при визначенні особливостей ведення соціального підприємництва провідних країн світу), графічного і табличного подання результатів (для наочного відображення отриманих результатів дослідження), логічного узагальнення, що дозволило сформулювати висновки та пропозиції.

**Результати.** У статті підкреслюється, що проблема зниження платоспроможності населення потребує пошуку нових способів вирішення соціальних проблем. Доведено, що одним із дієвих механізмів забезпечення задоволення базових потреб є активізація діяльності соціальних підприємств. Критичний аналіз наукових доробок щодо теоретичного обґрунтування доцільності розвитку соціального підприємництва дозволив дійти висновку про необхідність створення сприятливих економічних умов для запровадження таких інноваційних форм господарювання в національній економіці.

**Наукова новизна.** Наукова новизна полягає у визначенні відмінностей між традиційними формами господарювання та соціальним підприємництвом із формуванням зразкового соціального підприємця за європейською та американською моделями.

**Практична та (або) теоретична значущість.** Отримані результати в подальшому будуть використані для розробки концептуальних основ моделі соціального підприємництва в національній економіці та стратегії її розвитку на локальному та субрегіональному рівнях.

**Ключові слова:** соціальне підприємництво, некомерційні цілі, соціальне завдання, моделі соціального підприємництва, соціальний підприємець, підприємницька активність, соціальна місія.

**Pereverzieva Anna,**

*Dr. Sc. (Econ.), Assoc. Prof., Department of International Economy,  
Natural Resources and Economics International Tourism,  
Zaporizhzhya national university, Zaporizhzhya, Ukraine  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8391-6636>  
pereverzeva@ukr.net*

**Volkov Volodymyr,**

*Dr. Sc. (Techn.), Prof., Department of Entrepreneurship,  
Management of Organizations and Logistics,  
Zaporizhzhya national university, Zaporizhzhya, Ukraine  
volkovvp49@gmail.com*

## RESEARCH OF THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP MODEL AS AN INNOVATIVE FORM OF BUSINESS

**Object of study.** The object of the study are the processes of formation and development of social entrepreneurship and its impact on the welfare of the population.

**Methodology.** The information base of the research have been the data of international organizations and the results of scientific works of leading scientists, which are published in monographs and periodicals. The methods of scientific abstraction (in determining the social and economic criteria for the functioning of social enterprises), comparative comparison (in determining the features of social entrepreneurship of leading countries), graphical and tabular presentation of results (to visualize the results of the study), logical generalization, which allowed to formulate conclusions and proposals have been used in the research.

**Results.** The article has emphasized that the problem of reducing the solvency of the population requires the search for new ways to solve social problems. It has been proved that one of the effective mechanisms for ensuring the satisfaction of basic needs is the intensification of social enterprises. A critical analysis of scientific achievements on the theoretical justification of the feasibility of social entrepreneurship has led to the conclusion that it is necessary to create favorable economic conditions for the introduction of such innovative forms of management in the national economy.

**Scientific novelty.** The scientific novelty is to determine the differences between traditional forms of management and social entrepreneurship with the formation of an exemplary social entrepreneur according to European and American models.

**Practical and (or) theoretical significance.** The results will be used in the future to develop a conceptual framework for the model of social entrepreneurship in the national economy and its development strategy at the local and subregional levels.

**Keywords:** social entrepreneurship, non-commercial goals, social task, models of social entrepreneurship, social entrepreneur, entrepreneurial activity, social mission.

**Переверзева Анна,**

д.э.н., доцент кафедры международной экономики,  
природных ресурсов и экономики международного туризма,  
Запорожский национальный университет, г. Запорожье, Украина  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8391-6636>  
[pereverzeva@ukr.net](mailto:pereverzeva@ukr.net)

**Волков Владимир,**

д.т.н., профессор кафедры предпринимательства,  
менеджмента организаций и логистики,  
Запорожский национальный университет, г. Запорожье, Украина  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1270-895X>  
[volkovvp49@gmail.com](mailto:volkovvp49@gmail.com)

## ИССЛЕДОВАНИЕ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ИННОВАЦИОННОЙ ФОРМЫ БИЗНЕСА

**Объект исследования.** Объектом исследования являются процессы становления и развития социального предпринимательства и их влияние на обеспечение благосостояния населения.

**Методология.** Информационной базой исследования являются данные международных организаций и результаты научных разработок ведущих ученых, опубликованных в монографических и периодических изданиях. В ходе исследования использовались методы научного абстрагирования (при определении социальных и экономических критериев функционирования социальных предприятий), сравнительного сопоставления (при определении особенностей ведения социального предпринимательства ведущих стран мира), графического и табличного представления результатов (для наглядного отображения полученных результатов исследования), логического обобщения, что позволило сформулировать выводы и предложения.

**Результаты.** В статье подчеркивается, что проблема снижения платежеспособности населения требует поиска новых способов решения социальных проблем. Доказано, что одним из действенных механизмов обеспечения удовлетворения базовых потребностей является активизация деятельности социальных предприятий. Критический анализ научных разработок по теоретическому обоснованию целесообразности развития социального предпринимательства позволил сделать вывод о необходимости создания благоприятных экономических условий для внедрения таких инновационных форм хозяйствования в национальной экономике.

**Научная новизна.** Научная новизна заключается в установлении принципиальных различий между традиционными формами хозяйствования и социальным предпринимательством, формировании образцового социального предпринимателя согласно европейской и американской моделей.

**Практическая и (или) теоретическая значимость.** Полученные результаты в дальнейшем будут использованы для разработки концептуальных основ модели социального предпринимательства в национальной экономике и стратегии ее развития на локальном и субрегиональном уровнях.

**Ключевые слова:** соціальне підприємництво, некомерційні цілі, соціальне завдання, моделі соціального підприємництва, соціальний підприємець, підприємницька активність, соціальна місія.

**DOI: 10.32680/2409-9260-2020-1-2-274-275-28-40**

### **Постановка проблеми у загальному вигляді.**

До найважливіших передумов становлення соціального підприємництва в Україні відноситься система економічних відносин, зміна якої обумовлена пошуком механізмів конструктивної взаємодії суспільства і бізнесу при вирішенні завдань розвитку держави. Перехід до нової системи відносин супроводжується появою різноманіття форм соціального підприємництва, спрямованих на досягнення цілей підприємницької діяльності в соціальній сфері. Саме в умовах переходу до ринкових відносин відбулося осмислення значущості соціального виду діяльності для організацій, єдиним джерелом фінансування яких були кошти бюджету.

Ураховуючи необхідність забезпечення економічного та соціального розвитку держави, специфіка впливу соціальних підприємств на національну безпеку та використання потенціалу соціального підприємництва для подолання труднощів розвитку окремих територій носить комплексний характер.

Перші напрацювання в сфері соціального підприємництва виникли в 1960 рр. ХХ ст. у провідних країнах світу в яких розглядалася можливість поєднання найкращого досвіду громадського, державного та бізнес-секторів щодо вирішення соціальних проблем, в результаті чого соціальне підприємництво набуло статусу четвертого сектору економіки. З розширенням мережі соціальних підприємств неминуче відбувається зміна ставлення до соціально орієнтованих організацій, зростає соціальна відповідальність підприємств традиційної форми бізнесу, як результат інтегрування до нової парадигми взаємодії соціальної сфери та підприємницького сектору економіки. Використання сучасних світових доробок сприятиме підвищенню рівня обізнаності серед представників державі та бізнесу щодо тлумачення сутності поняття «соціальне підприємство», визначення його відмінностей від інших форм підприємництва і ролі у розвитку суспільства та місцевої громади.

Однак для успішного розвитку інституту соціального підприємництва необхідна підтримка держави на законодавчому рівні. Саме тому дослідження феномену соціального підприємництва, як елемента інституціонального розвитку, який відображає економічні та історично зумовлені тенденції у формуванні національних моделей підприємництва, є актуальним.

### **Об'єкт дослідження та аналіз існуючих рішень проблем.**

*Об'єктом дослідження є процеси становлення та розвитку соціального підприємництва та його вплив на забезпечення добробуту населення.*

З метою формування рекомендацій щодо розвитку соціального підприємництва досліджено його важливість як чинника соціальних змін, інноваційного інструмента забезпечення добробуту суспільства. Питання необхідності створення та функціонування соціальних підприємств постає в умовах обмеження бюджетних ресурсів, низького рівня матеріального забезпечення населення та масового безробіття. У зв'язку з чим виникає потреба розробки принципово нових підходів до розвитку підприємництва, імплементації соціальних програм та бізнес процесів в якості додаткових інструментів державного регулювання.

Дискусійним є питання щодо визначення критеріїв соціального підприємства – організаційно-правової форми, чітко визначених соціальних цілей, напрямів розподілу прибутку – реінвестування в розширення діяльності (забезпечення матеріальної винагороди) чи на вирішення нагальних соціальних проблем (досягнення соціальних цілей). Як правило, досить складно знайти такий баланс між «бажаним» та «можливим».

Зауважимо, що започаткування та здійснення такої форми господарської діяльності потребує формування характеристик соціального підприємця як інноватора, набуття відповідних фахових вмінь та практичних навичок. Водночас вирішення проблеми вдосконалення системи освіти, практичної підготовки фахівців «управлінців» із соціальною свідомістю та готовністю виконувати соціальну місію залишається важливим.

Так, на думку авторів [1, с. 77–78] на сучасному етапі розвитку суспільства соціальне підприємництво є головним напрямом у сфері послуг та державному секторі, впровадження інноваційних підходів якого сприятиме подоланню бідності та забезпеченню соціальних потреб.

Науковці [2, с. 258] підкреслюють, що соціальне підприємництво потребує значної підтримки на державному рівні порівняно із іншими видами господарської діяльності, але при цьому створює основу економічного зростання країни загалом. У своїй роботі вчені [3, с. 105] підкреслюють, обґрунтовують значний вплив державних інституцій на розвиток соціального підприємництва та формування індивідуального капіталу соціального підприємця. У праці [4, с. 461] діяльність соціальних підприємств обмежується лише інноваційним способом вирішення соціальних питань, що не враховує вплив такої форми господарювання на самореалізацію та самовдосконалення соціальних підприємців. Учені в науковій роботі [5, с. 143] відмічають, що в більшості європейських країн створюються умови, надаються особливі привілеї з метою підтримки реалізації місії соціальних підприємств. У наукових колах важливість та необхідність для соціального підприємництва державної підтримки пояснюється безпосереднім зв'язком між розвитком індивідуального капіталу (фінансового, людського, соціального) та інституціями країни (фінансовими, освітніми, політичними). Однак, незважаючи на значну важливість такої форми інноваційного бізнесу як соціальне підприємство в переважній більшості країн світу не підтримується державою та є приватною ініціативою. Більше того, як вказують автори роботи [6], виникнення соціального підприємства пов'язане з недосконалістю механізмів державного регулювання і формування соціальної політики та функціонування ринкової економіки.

Соціальне підприємництво є специфічною діяльністю, метою його створення є реалізація державних соціальних програм, шляхом взаємодії сфер діяльності державних організацій (партнерство (концесії, договори оренди, спільні підприємства, контракти)), бізнес-структур (корпоративно-соціальна відповідальність) та організацій «третього сектору» (волонтерських, благодійних організацій). Відповідно до джерела [7, с. 2], необхідним є розширення діяльності соціальних підприємств у межах географічного простору, впливу та збільшення обсягів вирішення соціальних проблем. Зауважимо, що це потребує збільшення витрат людських та матеріальних ресурсів, державної підтримки та сприйняття підприємницьких методів в суспільстві. З метою розробки ідеальної моделі соціального бізнесу вчені наукової роботи [8] досліджували, як розвиток приватної ініціативи сприяє знаходженню альтернативних ефективних рішень щодо підвищення рівня зайнятості та якості життя населення, можливостей доступу до товарів і послуг, зростання соціальної активності соціуму. Проте відмітимо, що вибір ідеальної моделі залежить як від рівня підприємницької активності, так і від рівня економічного та суспільного розвитку в країні.

У процесі діяльності соціальних підприємств постає питання щодо планування, прогнозування, оцінки рівня ефективності діяльності, умов їх впровадження та функціонування на локальних та національному рівнях економіки. Особливу увагу цій проблематиці приділено в роботі [9]. Проте вчені [10, с. 140] вважають, що результати діяльності соціального підприємства не можна оцінювати, використовуючи таку ж систему критеріїв, як для традиційного бізнесу. Основна відмінність полягає в очікуваних результатах діяльності – економічних для комерційних підприємств та рівні соціального впливу, віддачі для соціальних підприємств. Тобто головними у діяльності соціальних підприємств, на думку науковців роботи [11, с. 2], є некомерційні цілі – виробництво товарів або надання послуг, призначених для створення комбінованої цінності. Вчені акцентують увагу на дуальності цілей – одночасному прагненні досягнення як економічних, так і соціальних цінностей. Звернемо увагу, що в складних умовах розвитку економіки дискусійним залишається питання щодо визначення відмінностей соціальних підприємств від некомерційних та комерційних організацій, економічний зиск та досягнення соціальної місії яких є комплементарними.

Однією з рекомендацій щодо розвитку соціального підприємництва є вдосконалення системи освіти, оскільки підготовка фахівців у більшості країн світу спрямована на формування «працівника», а не на розвиток вмінь та навичок «новатора», «управлінця». З такою точкою зору погоджуються науковці [12, с. 59], Науковці зазначають, що на сучасному етапі соціальне підприємництво є феноменом, який являє собою рух із певною ідеологією та місією. За словами фахівців [13, с. 39], серед джерел започаткування соціального підприємства найбільш прийнятним є створення спеціалізованих центрів та розвитку соціального підприємництва (наукові конференції, семінари, тренінги, стажування тощо).

Тому знаходження нестандартних підходів, створення інноваційних моделей бізнесу, усвідомлення відповідальності за суспільство та окремих її представників повинно відбуватися з урахуванням особливостей розвитку інститутів громадянського суспільства.

### **Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.**

Більшість досліджень щодо проблем розвитку соціального підприємництва присвячено співвідношенню між соціальними та економічними цілями. Науковцями виділено європейський (домінування некомерційної складової над комерційною) та американський (отримання економічної вигоди як головної мети діяльності соціальних підприємств) підходи щодо особливостей діяльності та значення соціальних підприємств для національних економік.

Серед найменш досліджених аспектів є: використання існуючих практик соціального підприємництва, як форми ефективного поєднання ресурсів державного та приватного секторів економіки; розробка системи критеріїв щодо формування національної моделі соціального підприємництва; визначення професійних характеристик соціального підприємця та формування його «образу». Тому, зважаючи на процеси зниження рівня та якості життя населення України, потребують додаткового дослідження питання щодо можливості повного задоволення потреб соціальних підприємств на локальному та субрегіональному рівнях з урахуванням досвіду провідних країн світу.

### Формулювання мети статті та завдань дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування можливості впровадження нових інструментів реалізації соціальної політики в умовах зниження рівня життя населення та посилення впливу глобальних викликів. Досягнення поставленої мети передбачає виконання наступних завдань:

1. Дослідити наукові підходи до формулювання категорії «соціальне підприємство».
2. Визначити критерії до моделей соціального підприємства.
3. Провести аналіз європейської та американської моделей вирішення соціальних питань.
4. Виокремити основні професійні характеристики соціального підприємця.
5. Розробити пропозиції щодо запровадження інноваційної форми господарювання.

### Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням здобутих наукових результатів.

Безперечно соціальне підприємництво є перспективною інноваційною формою бізнесу, яка за рахунок розробки та поширення нових методів вирішення соціальних проблем, використання традиційних практик господарювання сприяє вдосконаленню моделі соціально-економічного розвитку та її адаптації до реалій сьогодення.

Головною метою соціального підприємництва є ідентифікація та практичне вирішення соціальної проблеми на основі використання інноваційних методів або креативних способів адаптації традиційних господарюючих практик до особливостей оточуючого ринкового середовища. Тобто наявність соціальної проблеми зумовлює потребу розвитку соціального підприємництва в певній галузі.

Для визначення співвідношення між комерційними та некомерційними цілями соціального підприємництва, як особливої інноваційної форми бізнесу, у дослідженні використано «принцип терезів» (рис. 1).

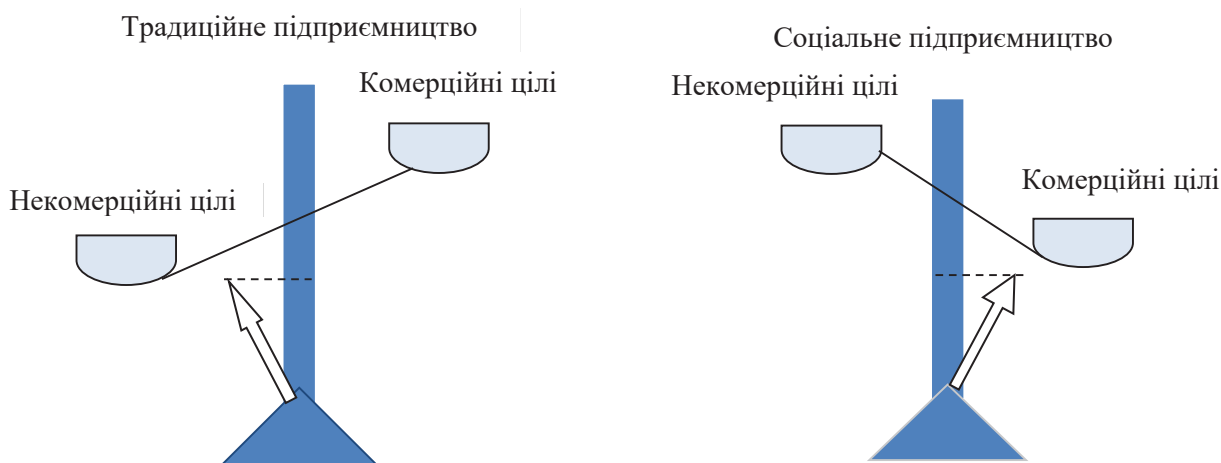


Рис. 1. «Принцип терезів» у визначенні форми підприємництва

Джерело: власна розробка авторів на основі [14, с. 120]

На рис. 1 продемонстровано, що домінування некомерційних цілей над комерційними наочно визначає ключовий принцип соціального підприємництва та його відмінність від традиційних форм господарювання.

Рівень «соціальності» підприємства визначається чотирма ключовими чинниками, об'єднаними можливістю виявити ініціативу, зробити внесок у розвиток суспільного добробуту в цілому, забезпечити власне професійне зростання та вплинути на якість життя соціуму зокрема та передбачає:

- моніторинг і ранжування соціальних проблем, які потребують першочергового вирішення;
- орієнтацію на вирішення визначеної соціальної проблеми на основі використання найефективніших практик підприємницької діяльності;
- наявність інноваційної складової, тобто продукування товарів або надання послуг, яких переважно до цього часу не існувало на ринку та котрі створюють додаткову цінність;
- розподіл доходів щодо інвестування отриманого чистого доходу в реалізацію соціального завдання, визначеного на початковому етапі створення підприємства.

Необхідно підкреслити, що в міжнародній практиці господарської діяльності питання теоретичного визначення соціального підприємництва та його практичного застосування залишається відкритим.

Так, згідно Програми розвитку місцевої економіки та зайнятості, яку розроблено ОЕСР [15], виділяють чотири основні сфери діяльності соціальних підприємств: інтеграція трудових ресурсів – навчання і працевлаштування людей з обмеженими можливостями, осіб, які опинилися в складних життєвих обставинах і безробітних; надання індивідуальних соціальних послуг у таких сферах, як охорона здоров'я, соціальний захист, професійне навчання, освіта, соціальна адаптація та інше; локальний та субрегіональний розвиток депресивних або вразливих територій та регіонів; збереження екосистем, спорт, мистецтво, народні промисли, культура, наука, дослідження й інновації, захист прав споживачів та інше.

Тобто головним пріоритетом у діяльності соціального підприємства є спрямування на вирішення соціальних проблем, а не економічний зиск власників – першість соціальної мети. Модель функціонування такого підприємства на ринку передбачає використання отриманого прибутку в якості джерела розвитку організації. Це доводить, що міжнародна концепція соціального підприємництва поєднує некомерційний та соціальний сектори економіки, зосереджуючи увагу на створенні нової підприємницької діяльності, що передбачає досягнення соціальних цілей.

Ключові економічні та соціальні критерії, які дозволяють ідентифікувати соціальні підприємства представлені в табл. 2.

Таблиця 2

**Особливості соціального підприємництва порівняно із традиційними формами**

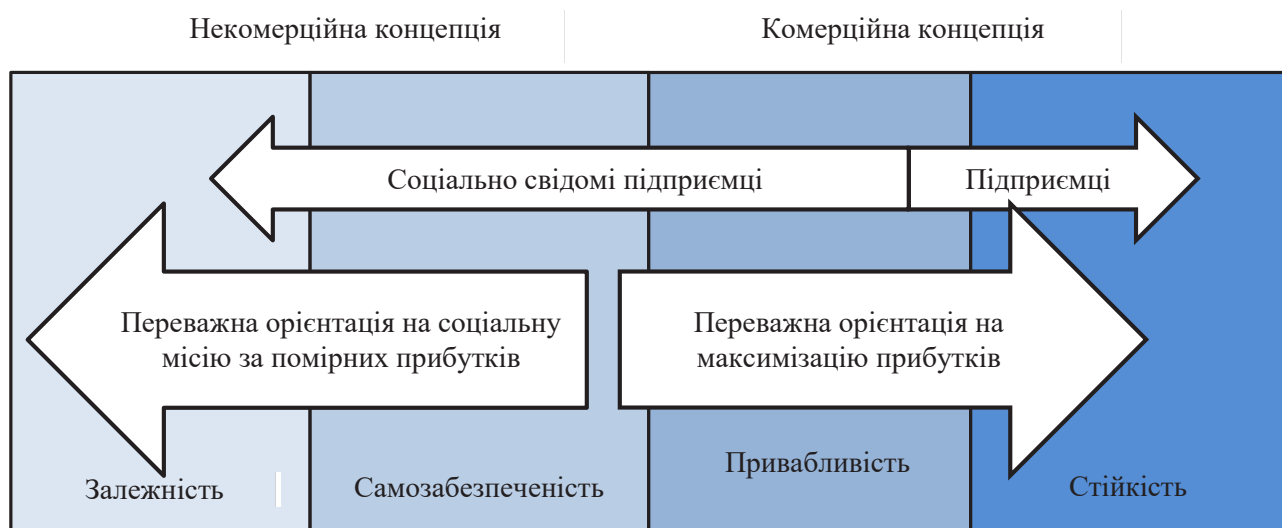
Критерії	Характеристики соціального підприємства
Економічні	виробництво та реалізація товарів та послуг
	залежність показників фінансової стійкості від дії відповідальних осіб щодо забезпечення діяльності фінансовими ресурсами
	фінансова та ділова самодостатність на значному рівні
	домінування частки працівників, що працюють на добровільних суспільних засадах, над часткою працівників, які отримують заробітну плату
	значний рівень підприємницького ризику
Соціальні	створення на добровільних засадах, свідоме управління групою громадян
	є результатом ініціативи людей, які належать до громади чи групи громадян та поєднані спільною метою чи потребою
	прийняття рішень не залежить від обсягу фінансових ресурсів, мети діяльності та напрямку використання прибутку
	прийняття участі в управлінні відповідно до рівня впливу на діяльність споживачів товарів і послуг
	мета створення – діяльність на користь громади чи певної групи громадян, опосередковане сприяння формуванню соціальної відповідальності на локальному та субрегіональному рівнях економіки

*Джерело: складено авторами на основі [15]*

Відповідно до даних, представлених таблицею, для соціального підприємства характерними є риси традиційних підприємств, але з певними особливостями. Проте унікальними є соціальні критерії, котрі визначають перш за все прагнення до вирішення соціальних питань шляхом поєднання зусиль влади бізнесу та громади навколо спільної мети та потреби.

Прийнято виділяти дві бізнес-концепції щодо класифікації та позиціонування на ринку соціальних підприємств (рис. 2).

Згідно першої бізнес-концепції, соціальне підприємство орієнтовано на здійснення і комерційної, і соціальної діяльності, використовуючи отримані прибутки помірною рівня для забезпечення функціонування та можливості подальшого розвитку. Місія такого підприємства полягає в реалізації соціально значущих цілей.



**Рис. 2. Межі соціального підприємництва**

*Джерело: власна розробка авторів на основі [16, с. 5–7]*

Особливість другої концептуальної бізнес-моделі полягає в одночасній реалізації соціальної та економічної діяльності за умов повної фінансової незалежності підприємства та розподілу прибутку між власниками, акціонерами та інвесторами.

Чинниками розвитку соціальних підприємств є: можливість використання трудових ресурсів, котрі не задіяні в діяльності традиційних підприємств; підтримка міжнародних організацій та можливість створення мережі соціальних підприємств як на національному, так і міжнародному рівнях.

Також відмітимо, що зарубіжні моделі соціального підприємництва відрізняються роллю держави у підтримці діяльності соціальних підприємств. Так, модель Бельгії, Нідерландів, Норвегії та Швеції передбачає прийняття відповідної законодавчої бази. Наприклад, у Бельгії для активізації соціального підприємництва на законодавчому рівні закріплена діяльність так званих «компаній соціальної мети» та механізми її стимулювання у вигляді пільг (табл. 3).

Таблиця 3

**Зарубіжні моделі соціального підприємництва**

Моделі	Участь держави в підтримці діяльності соціальних підприємств
Бельгія, Нідерланди, Норвегія, Швеція	активна підтримка розвитку соціального підприємництва на законодавчому рівні
США, Канада, Японія	регулювання на рівні підприємств, благодійність
Австрія, Німеччина, Франція	адресні комплексні соціальні програми соціальним підприємствам і реалізація спільних бізнес-проектів
Велика Британія	надання соціальних інвестицій для підприємств

*Джерело: складено авторами на основі [16, с. 2]*

Для США, Канади та Японії характерними є регулювання на рівні підприємства, адже відсутні вимоги щодо методу управління та юридичного статусу соціального підприємства, можливість займатися благодійністю за рахунок надання безвідсоткових позик або з мінімальним відсотком

Прикладом успішної взаємодії держави з соціальними підприємствами є модель Австрії, Німеччини та Франції, яка передбачає реалізацію спільних програм для вирішення соціальних питань (програми навчання, створення консультаційних центрів, асоціації соціальних підприємців).

У Великій Британії для підтримки соціальних підприємств створений національний орган соціального підприємництва (Social Enterprise UK), через який здійснюються інвестиції в розвиток «компаній, що працюють в інтересах громади» («social interest companies»).

За результатами проведеного дослідження зробимо висновок, що поступово відмінність між моделями соціального підприємництва зменшується. Європейська модель соціального підприємництва характеризується головним чином орієнтацією на соціальні цілі, тоді як американська – переважно на комерційну складову господарської діяльності. Підкреслимо, що баланс між соціальними цілями та матеріальною складовою досягається спрямуванням фінансових потоків на реалізацію соціальних завдань.

Так, у США в центрі уваги перебувають індивідуальні підприємці і їх лідерські якості, тоді як у Європі соціальне підприємництво в значній мірі пов'язане із взаємодією громади та комерційної організації. Американські соціальні підприємства реєструються як некомерційні, але їх діяльність спрямована, в першу чергу, на отримання прибутку. У зазначеному контексті до соціального бізнесу відносять соціальні підприємства; соціально-відповідальний бізнес та компанії, які реалізують разові соціальні програми. У європейському ж контексті «соціальне підприємство» представляє собою інноваційно-комерційний підхід у вирішенні соціальних проблем, якого дотримується організація в процесі розвитку бізнесу, що реалізується в основному через некомерційні організації, з можливістю використання в комерційному спрямуванні. Зокрема, соціальні підприємства, розташовані у країнах Європи, надають менше видів послуг порівняно з широким спектром наявних у Сполучених Штатах.

До особливостей функціонування європейських соціальних підприємств також віднесемо їх присутність у певних галузях та обмеженість державного фінансування, що унеможливило максимальне забезпечення соціальних потреб людей. Саме тому розвиток соціальних підприємств у кожній з європейських країн залежить, насамперед, від загального добробуту та умов господарювання в кожній країні ЄС, а соціальне підприємництво розглядається як засіб стимулювання розвитку економіки.

Якщо розглядати особливості організації та господарської діяльності соціальних підприємств в країнах ЄС та США, то необхідно констатувати існування певних переваг. Зокрема, у країнах Західної Європи активно застосовується практика залучення зацікавлених сторін до управління соціальним підприємством та використовуються можливості для участі уряду в процесі розвитку соціального підприємництва. У США соціальні підприємства поширені в різних сферах господарської діяльності та мають розгалужену видову класифікацію з точки зору правового регулювання, а також існує тісна взаємодія між державою та соціальними підприємствами через укладання угод щодо придбання їх продукції. Зазначені переваги можуть бути використані в організації діяльності соціальних підприємств в країнах ЄС, підвищенні ефективності їх господарської діяльності.

Для виокремлення особливостей та критеріїв ідентифікації американської та європейської моделей розглянемо практично особливості розвитку соціального підприємництва в країнах ЄС та США. Для цього проаналізуємо методики оцінки рівня розвитку підприємництва в цілому та соціального зокрема, запропоновану розробниками «Глобального моніторингу підприємництва» (Global Entrepreneurship Monitor) та індексу ранньої підприємницької активності (Total Entrepreneurial Activity Index).

Відповідно до класифікації «Глобального моніторингу підприємництва», некомерційні організації – це організації з явною соціальною місією, у структурі яких ринкові доходи становлять менше 5%.

Дуальними соціальними підприємствами є ті організації, які визначають себе як соціальну структуру і отримують не менш 5% своїх доходів від продажу товарів і послуг, а також позиціонують себе як звичайну комерційну організацію. Тобто дуальність соціальних підприємств визначається специфікою соціальної діяльності, реалізація якої забезпечується ринковими механізмами. Беручи до уваги важливість дуальності цілей, всі організації підрозділяються на «економічно орієнтовані» та «соціально орієнтовані», залежно від співвідношення ваг економічних, соціальних та екологічних завдань.

Відповідно до індексу ранньої підприємницької активності, власники бізнесу розподіляються на групи за типовою ознакою:



- підприємці-початківці (nascent entrepreneurs) – підприємці, які протягом попереднього року активізували свою діяльність щодо створення бізнесу; володіють всім бізнесом, існуючим менше 3 місяців, або його часткою; заробітна плата та інші види винагород в компанії не виплачуються;
- власники нового бізнесу (owners of new business) – підприємці, які керують новоствореним підприємством; отримують дохід більше 3 місяців, але менше 3,5 років.
- власники усталеного бізнесу (established business ownership rate) – підприємці, які володіють та керують бізнесом; отримують доходи понад 42 місяці.

Динаміка змін підприємницької активності країн світу 2016–2019 рр. представлена в табл. 4.

Таблиця 4

**Індекс підприємницької активності за типами підприємців (місце у рейтингу)  
у 2016–2019 рр.**

Країна	Індекс підприємницької активності за типами підприємців, %					
	Підприємці-новачки (nascent entrepreneurship rate)		Власники нового бізнесу (new business ownership rate)		Власники усталеного бізнесу (established business ownership rate)	
	2016 рік	2019 рік	2016 рік	2019 рік	2016 рік	2019 рік
США	8,9 (14)	11,8 (6)	4,0 (39)	5,9 (14)	9,2(16)	10,6 (14)
Канада	10,0 (11)	10,8 (10)	6,9 (14)	8,0 (8)	6,8 (35)	7,4 (24)
Великобританія	5,2 (34)	6,5 (28)	3,7 (40)	3,1 (41)	6,1 (40)	8,2 (20)
Ізраїль	7,0 (23)	8,8 (16)	4,5 (32)	4,2 (25)	4,0 (56)	5,5 (33)
Чилі	15,6 (7)	26,9 (1)	9,3 (10)	11,0 (4)	8,0 (23)	10,6 (14)
Південна Корея	3,7 (51)	7,1 (24)	3,0 (51)	8,2 (7)	6,6 (37)	13,0 (6)
Нідерланди	5,7 (33)	5,6 (32)	5,4 (25)	4,8 (19)	10,2 (13)	10,8 (13)
Німеччина	2,9 (58)	5,3 (34)	1,7 (64)	2,6 (44)	7,0 (34)	5,2 (35)
Італія	2,3 (60)	1,2 (49)	2,2 (60)	1,6 (50)	5,5 (45)	4,7 (28)
Іспанія	2,3 (60)	2,4 (47)	2,9 (53)	3,8 (29)	6,2 (38)	6,3 (30)
Швеція	5,8 (32)	5,1(36)	1,8 (63)	3,3 (40)	4,5 (51)	4,9 (37)
Швейцарія	5,1 (36)	6,2 (29)	3,2 (46)	3,7 (31)	11,1 (12)	11,6 (11)

*Джерело: згруповано авторами на основі [17, с. 110–112; 18, с. 196–199]*

Відповідно до даних, представлених таблицею, протягом досліджуваного періоду в країнах ЄС намітилася тенденція до активізації діяльності власників усталеного бізнесу (4,5%–11,1% у 2016 р. та 4,7%–11,6% у 2019 р.), скорочення частки підприємств-новачків та, відповідно, стимулів до підприємницької ініціативи.

У США найбільшу частку у 2016 р. склали власники усталеного бізнесу (9,2%), тоді як у 2019 р. переважну більшість склали представники підприємців-новачків (11,8%). Для Канади характерне збереження позиції домінування підприємців-новачків.

У 2019 р. перші позиції в рейтингу за кількістю підприємств-новачків та за власниками нового бізнесу займає Чилі (відповідно 26,9%(1) та 11,0%(4)). Лідером за власниками усталеного бізнесу є Південна Корея (13,0% (6)).

Зазначені тенденції поширюються на кількісні та якісні індикатори діяльності соціальних підприємств та підтверджують зроблені раніше висновки щодо непопулярності європейських принципів підприємницької діяльності у соціальній сфері та поширення американської моделі соціального підприємництва.

Додатковим індикатором, який характеризує умови для реалізації приватних ініціатив у галузі соціального підприємництва є рейтинг країн світу за розвитком соціального підприємництва (рис. 3).

Відповідно даних, представлених рисунком, протягом 2016–2019 рр. відбулися зміни світових лідерів щодо реалізації соціальних завдань з різними інноваційними стратегіями.

Так, у 2016 р. до лідерів входило п'ять країн ЄС (Франція, Бельгія, Данія, Нідерланди та Фінляндія), тоді як у 2019 р. на десятій позиції втрималася лише Франція. Протягом 2016–2019 рр. США та Канада займають лідируючі позиції в рейтингу ТОП-10 країн (1 та 2 місця). Визначені тенденції свідчать про те, що в основі створення сприятливих умов для розвитку соціального підприємництва полягає домінування комерційних цілей над соціальними.

Безумовно, успішність розвитку будь-якого підприємства залежить від вмiлого та ефективного управління. Засновники соціальних підприємств – соціальні підприємці – діють на основі поєднання та дотримання балансу між традиційними та інноваційними формами організації бізнесу, формуванні людиноцентричної політики менеджменту (запровадженні та поширенні креативних методів вирішення соціальних завдань). Відповідно до чого, до характерних професійних рис соціального підприємця віднесемо [20, с. 12]:

- відповідальність за результати та наслідки своєї діяльності перед суспільством та окремою людиною;
- інноваційність у розподілі та концентрації ресурсів щодо реалізації соціального завдання;
- домінування некомерційних цілей над комерційними; концентрація на ефективності діяльності, конкурентоспроможності та окупності;
- прагнення до створення нових робочих місць, до постійних змін та реформування соціальної реальності;
- рішучість, що дозволяє ризикувати і виходити на новий рівень розвитку;
- готовність робити значні внески в економічний і соціальний розвиток суспільства тощо.

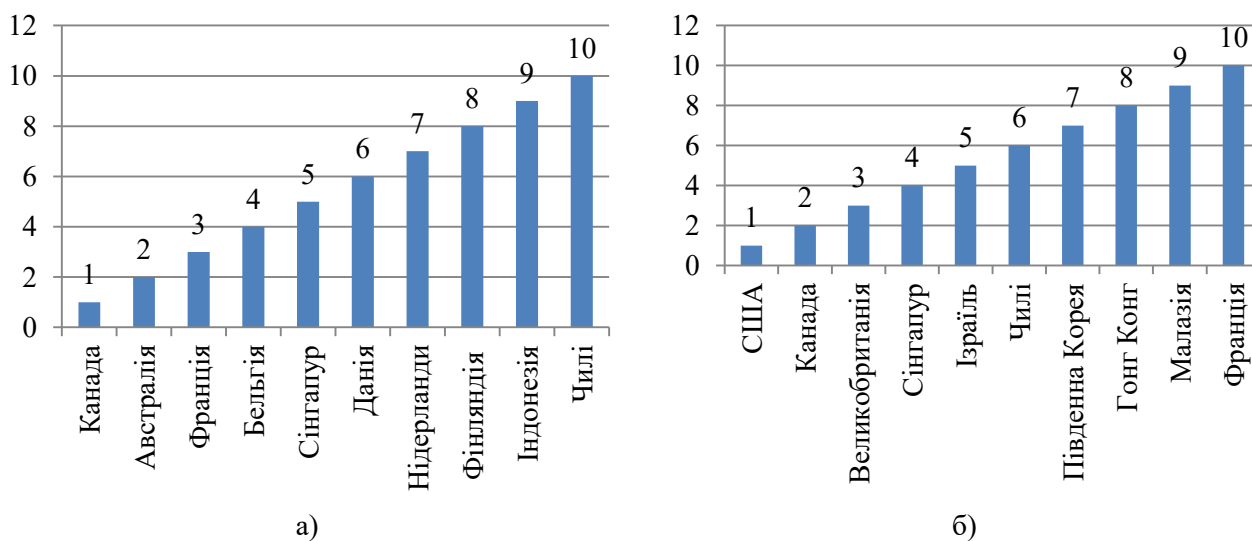


Рис. 3. ТОП-10 країн за розвитком соціального підприємництва у 2016 р. (а) та 2019 р. (б)  
Джерело: складено авторами на основі [19]

Підкреслимо, що основною професійною характеристикою соціального підприємця є прагнення до створення соціально значущого результату, а не отримання прибутку від створення бізнесу. Відповідно, прагнення соціальних змін (радикальних або інкрементальних), а не використання ринкових можливостей для власного збагачення є головною метою соціальних підприємств.

На завершення, в якості прикладу успішного соціального підприємництва в Україні та світі відзначимо діяльність підприємств сфери послуг, метою функціонування яких є створення значної кількості робочих місць для фахівців різних напрямів з помірним рівнем заробітної плати. Такий вид діяльності має подвійний соціальний ефект: з одного боку вирішується проблема працевлаштування та забезпечення певного рівня доходу виконавцю послуг, а з другого, – формування витрат замовника послуг та є перспективним для подальшого розвитку в національній економіці. Це потребує формування системи заходів щодо використання чинників розвитку соціального підприємництва та усунення проблем його становлення (відсутність нормативно-правового регулювання; несприйняття суспільством; недосконалість податкової системи; оцінювання соціального впливу тощо).

#### Висновки та перспективи подальшого розвитку цього напрямку.

1. Проведено дослідження поняття «соціальне підприємництво», проаналізовано відмінності та особливості його моделей. Можна зробити наступний висновок:

- соціальне підприємництво є дієвим інструментарієм вирішення соціальних та індивідуальних завдань: для підприємців – можливість особистого розвитку та самозайнятості, для окремої людини – вирішення соціальної проблеми, а для суспільства – забезпечення соціально-

економічного розвитку, підвищення рівня та якості життя населення, формування позитивного іміджу країни на міжнародному рівні.

2. Визначено, що головними критеріальними ознаками виокремлення моделей соціального підприємства є: соціальна місія, підприємницький підхід, інноваційність, економічна ефективність, самоокупність і фінансова стійкість. Це дозволить сформулювати чіткі вимоги до функціонування соціальних підприємств у національній економіці та визначити напрями державної політики щодо співпраці та регулювання діяльності таких суб'єктів господарювання.

3. Досліджено європейську та американську моделі соціального підприємництва, а саме визначено, що:

– значного поширення набула концептуальна модель, спрямована на отримання прибутку, тоді як діяльність, спрямована на реалізацію, перш за все, соціальних завдань втрачає актуальність;

– для переважної більшості країн Європейського союзу в умовах економічної невизначеності ключову роль відіграють «усталені» підприємства, які тривалий час функціонують на ринку;

– для американської моделі характерним є зростання кількості підприємств-новачків та підтримка приватної ініціативи;

– приватний бізнес спроможний взяти на себе значну частину соціальних проблем, які на сучасному етапі розвитку є компетенцією держави, і отримати всебічну державну підтримку через створення сприятливого середовища для стабільного майбутнього розвитку. Це актуалізує необхідність змін в законодавстві щодо розвитку державно-приватного партнерства як механізму співпраці підприємств і держави в реалізації соціальних завдань.

4. Виділено основні професійні характеристики соціального підприємця, а саме: високий рівень відповідальності за результати наслідки власних рішень, креативність щодо ефективного розподілу наявних ресурсів для реалізації соціальної місії, ініціативність, динамічність, рішучість та готовність до змін, а також здатність прийняття рішень в умовах невизначеності та ризику.

5. Виходячи з вищезазначеного, доцільною є розробка рекомендацій щодо розвитку соціального підприємництва в національній економіці, що передбачає активізацію розвитку соціальних підприємств на субрегіональному рівні – об'єднаних територіальних громад та інших соціально-економічних утворень, які дозволять створити основу для вирішення соціальних проблем у сфері освіти, охорони здоров'я, довкілля, рекреації територій тощо. Основою успішного розвитку соціальних підприємств є розробка національних стратегій розвитку соціального підприємництва, які сприятимуть координації зусиль всіх зацікавлених сторін. Чітко визначена, злагоджена та скоординована праця дозволить вирішити проблему системно.

Перспективами подальшого розвитку в цьому напрямку досліджень є визначення концептуальних основ та побудова національної моделі соціального підприємництва, враховуючи особливості менталітету та соціально-економічного середовища діяльності підприємств.

### Література

1. Farinha L., Sebastião J. R., Sampaio C., Lopes J. Social innovation and social entrepreneurship : discovering origins, exploring current and future trends. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. 2020. No. 17 (1). Pp. 77–96.

2. Agustina T., Budiasih Y., Ariawan K. E., Gorovoy S. A. Role of social entrepreneurship in business management. *Journal of Critical Reviews*. 2020. No. 7 (1). Pp. 257–262.

3. Sahasranamam S., Nandakumar M. K. Individual capital and social entrepreneurship : Role of formal institutions. *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 107. Pp. 104–117. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.005>.

4. Коновалова М. В., Хариніна О. М. Соціальне підприємство як інноваційний спосіб вирішення соціальних проблем. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки*. 2016. Вип. 11. С. 461–466. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen\\_2016\\_11\\_64](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen_2016_11_64).

5. Лункіна Т. І., Іваненко Г. Ю. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. №15 (2019). С. 142–147. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>.

6. Dahiya V. S. Social entrepreneurship as an antidote to state and market failure. *Economic and Political Weekly*. 2019. Vol. 54. Issue 51. URL: <https://www.epw.in/engage/article/social-entrepreneurship-antidote-to-state-and-market-failure> (accessed 24 January 2020).

7. Corner P. D., Kearins K. Scaling-up social enterprises. The effects of geographic context. *Journal of Management and Organization*. 2018. Pp. 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.38>.
8. Gauthier C., Shanahan G., Daudigeos T., Ranville A. & Dey P. Tackling economic exclusion through social business models : a typology. *International Review of Applied Economics*. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/02692171.2019.1707785>.
9. Prochazkova T. & Noskova M. An application of input-output analysis to social enterprises : a case of the Czech Republic. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 2020. Vol. ahead-of-print. No. ahead-of-print. DOI: <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2019-0114>.
10. Кожемяченко О.О., Солосіч О. С., Голуб М. О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та аспекти становлення в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2018. № 21. С. 140–149.
11. Zulkefly N. A., Ghani N. A., Alquliti W. Identification of variables in predicting trends in social entrepreneurship. International Conference Computer Science and Engineering. *Journal of Physics : Conference Series*. 26–27 April 2019. Padang, Indonesia. Vol. 1339 (1). DOI: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012025>.
12. Горішна Н. М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії. *Науковий Вісник Ужгородського університету. Серія : «Педагогіка. Соціальна робота»*. 2016. Випуск 2 (39). С. 58–61.
13. Roslan H., Hamid M., Ijab T. & Bukhari S. Social entrepreneurship learning model in higher education using social network analysis. International Conference Computer Science and Engineering. *Journal of Physics : Conference Series*. 26–27 April 2019. Padang, Indonesia. Vol. 1339 (1). DOI: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012029>.
14. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Психологія управління в організації. Вінниця: ВНТУ, 2016. 150 с.
15. The social enterprise sector : a conceptual framework / Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Local Economic and Employment Development Programme (LEED Programme). URL: <http://www.oecd.org/regional/leed/37753595.pdf> (accessed 16 January 2020).
16. Byungchae J. The practical intelligence of social entrepreneurs : managing the hybridity of social enterprises. *Entrepreneurship Research Journal*. 2020. Vol. 10 (1). Pp. 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0007>.
17. Global Report 2016/17 (2017). Global Entrepreneurship Monitor, 179 p. URL: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49812> (accessed 20 January 2020).
18. 2019/2020 Global Report (2020). Global Entrepreneurship Monitor, 232 p. URL: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443> (accessed 15 January 2020).
19. The best country to be a social entrepreneur in 2019. URL: <https://www.forbes.com/sites/khaitran/2019/10/26/the-best-country-to-be-a-social-entrepreneur-in-2019/#112f2b6edd37> (accessed 26 January 2020).
20. Шаповалова Т. В. Соціальне підприємництво – шлях до створення інноваційного бізнесу. Київ : Друкарський двір Олега Федорова, 2018. 272 с.

### References

1. Farinha, L., Sebastião, J. R., Sampaio, C. & Lopes, J. (2020). Social innovation and social entrepreneurship: discovering origins, exploring current and future trends. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17 (1), 77–96.
2. Agustina, T., Budiasih, Y., Ariawan, Kembauw, E., Gorovoy, S. A. (2020). Role of social entrepreneurship in business management. *Journal of Critical Reviews*, 7 (1), 257–262.
3. Sahasranamam, S., Nandakumar, M. K. (2020). Individual capital and social entrepreneurship: Role of formal institutions. *Journal of Business Research*, 107, 104–117. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.005>.
4. Konovalova, M. V., Kharynina, O. M. (2016) Sotsialne pidpriemstvo yak innovatsiyni sposib vyrishennia sotsialnykh problem [*Social enterprise as an innovative way of solving social problems*]. *Visnyk Kamianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohienka. Ekonomichni nauky*, № 11, S. 461–466. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen\\_2016\\_11\\_64](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen_2016_11_64) (accessed 15 March 2020) [in Ukrainian]
5. Lunkina, T. I., Ivanenko, H. Yu. (2019) Osoblyvosti rozvytku sotsialnoho pidpriemnytstva: zakordonnyi dosvid [Features of the development of social entrepreneurship: foreign experience]. *Elektronne naukove fakhove vydannia z ekonomichnykh nauk «Modern Economics»*, 5, 142–147. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>. (accessed 15 March 2020) [in Ukrainian]

6. Dahiya, V. S. (2019). Social entrepreneurship as an antidote to state and market failure. *Economic and Political Weekly*, 54 (51). Retrieved from: <https://www.epw.in/engage/article/social-entrepreneurship-antidote-to-state-and-market-failure> (accessed 24 January 2020).
7. Corner, P. D., Kearins, K. (2018). Scaling-up social enterprises. The effects of geographic context. *Journal of Management and Organization*, 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.38>.
8. Gauthier, C., Shanahan, G., Daudigeos, T., Ranville, A. & Dey P. (2020). Tackling economic exclusion through social business models: a typology. *International Review of Applied Economics*. DOI: <https://doi.org/10.1080/02692171.2019.1707785>.
9. Prochazkova, T. & Noskova, M. (2020). An application of input-output analysis to social enterprises: a case of the Czech Republic. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. ahead-of-print, No. ahead-of-print. DOI: <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2019-0114>.
10. Kozhemiachenko, O. O., Solosich, O. S., Holub, M. O. (2018) Sotsialne pidpriemnytstvo: svitovyi dosvid ta aspekty stanovlennia v Ukraini [*Social entrepreneurship: world experience and aspects of becoming in Ukraine*]. Suchasni problemy ekonomiky i pidpriemnytstvo – Modern problems of economy and entrepreneurship. № 21. S.140–149 [in Ukrainian]
11. Zulkefly, N. A., Ghani, N. A. & Alquliti, W. (2019). Identification of variables in predicting trends in social entrepreneurship. International Conference Computer Science and Engineering. *Journal of Physics: Conference Series*. 26–27 April 2019. Padang, Indonesia, 1339 (1). DOI: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012025>.
12. Horishna, N. M. (2016) Fenomen sotsialnoho pidpriemnytstva: sutnist i kryterii [*The phenomenon of social entrepreneurship: essence and criteria*]. Naukovyi Visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii: «Pedagogika. Sotsialna robota» – Naukovyi Visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Series: «Pedagogy. Social robot». Vypusk 2 (39). S. 58–61. [in Ukrainian]
13. Roslan, H., Hamid, M., Ijab, T. & Bukhari, S. (2019). Social entrepreneurship learning model in higher education using social network analysis. International Conference Computer Science and Engineering. *Journal of Physics: Conference Series*. 26–27 April 2019, Padang, Indonesia, 1339 (1). DOI: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012029>.
14. Pryshchak, M. D., Lesko, O. Y. (2016) Psykholohiia upravlinnia v orhanizatsii [Management Psychology in Organization]. Vinnytsia: VNTU, 2016. 150 s. [in Ukrainian]
15. The social enterprise sector : a conceptual framework / Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Local Economic and Employment Development Programme (LEED Programme). URL: <http://www.oecd.org/regional/leed/37753595.pdf> (accessed 16 January 2020).
16. Byungchae, J. (2020). The practical intelligence of social entrepreneurs: managing the hybridity of social enterprises. *Entrepreneurship Research Journal*, 10 (1), 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0007>.
17. Global Report 2016/17 (2017). Global Entrepreneurship Monitor, 179 p. Retrieved from: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49812> (accessed 20 January 2020).
18. 2019/2020 Global Report (2020). Global Entrepreneurship Monitor, 232 p. Retrieved from: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443> (accessed 15 January 2020).
19. The best country to be a social entrepreneur in 2019. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/khaitran/2019/10/26/the-best-country-to-be-a-social-entrepreneur-in-2019/#112f2b6edd37> (accessed 26 January 2020).
20. Shapovalova, T. V. (2018). Sotsialne pidpriemnytstvo – shliakh do stvorennia innovatsiinoho biznesu [*Social entrepreneurship is a way to create innovative business*], Kyiv: Drukarskyi dvir Oleha Fedorova, 272 s. [in Ukrainian]