

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ВИДИ ТА ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

І. Р. Дзябка

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000, Україна
iryndziabka@gmail.com*

У статті розглянуто основні теоретичні підходи вітчизняних та зарубіжних дослідників щодо особливостей визначення поняття соціального підприємництва, що ґрунтуються на розв'язку існуючих суспільних проблем. Проаналізовано відповідні ознаки і значення соціального підприємництва як ефективного механізму вирішення суспільних проблем, охарактеризовано його риси. Розглянуто основні критерії, які визначають сутність соціального підприємництва. Запропоновано авторське визначення поняття соціального підприємництва та описано найважливіші його складові, зокрема, види (благодійне, комерційне, гібридне) та характеристики – інвестування прибутку у соціальні цілі, прозора діяльність, публічна звітність, відповідальність, фінансова самостійність, впровадження інновацій та спільне колективне управління.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальні проблеми, вирішення соціальних проблем, благодійна діяльність.

Актуальність. Соціальне підприємництво – один із видів успішної соціальної інновації, в основу якої покладено активну діяльність, що спрямована на вирішення соціальних проблем. Відтак, становлення та розвиток соціального підприємництва є надзвичайно актуальним питанням на сьогоднішньому етапі розвитку українського суспільства. Насамперед, це зумовлено появою соціальних викликів, із якими держава та державні організації з певних на це причин самостійно не справляються. На сьогоднішній день соціальне підприємництво набирає все більшої популярності та поступово зрівнюється з такими явищами, як благодійність, соціальна відповідальність і некомерційні ініціативи. Відтак, спостерігається підвищення уваги громадськості до питання соціальної відповідальності бізнесових структур, що зумовлено ускладненням суспільних відносин у суспільстві, викликаних складними економічними умовами, військовими діями та ін. В умовах сучасної України соціальне підприємництво стало реальним механізмом вирішення проблем суспільства: підприємництво у соціальній сфері, бізнес із соціальною місією або підприємницька діяльність благодійних організацій охоплюють різні соціальні групи населення. Мета такого підприємництва – допомога та пошуки можливостей у вирішенні гострих соціальних проблем.

Українська дослідниця З. Галушка вважає, що соціальне підприємництво ґрунтується на усвідомленні суб'єктом свого обов'язку перед суспільством, що виражається в розумінні його потреб як особисто цінних і пріоритетних над груповими, а також стверджує, що відмінність від традиційного підприємництва полягає у безпосередньому сприянні соціального підприємництва позитивним змінам у суспільстві засобами, відмінними від традиційної благодійності [1, с. 16].

В Україні на сьогоднішній день існує чимало підприємств, які вирішують певні соціальні чи іншого виду проблеми. Вони залучені до надання послуг, виготовлення товарів, створюють робочі місця, проводять навчальні тренінги з метою досягнення певних соціальних, економічних або екологічних результатів у своїй діяльності. Зокрема, вдалим прикладом соціального підприємництва у місті Львові є громадська організація “Спільнота взаємодопомоги “Оселя”, що спеціалізується на ремонті меблів, а відтак, вкладає отримані від свого прибутку (основного виду діяльності) кошти на ре соціалізацію (допомогу безпритульним жителям міста) та сприяє їхньому працевлаштуванню. Ще одним яскравим прикладом соціального підприємництва у місті Львові є туристичний клуб “Манівці”, який займається організацією мандрівних дитячих таборів, корпоративних свят для підприємств та активного туризму. Отриманий прибуток “Манівці” скеровують на розвиток здорового суспільства та соціальної сфери, зокрема, на організацію соціальних заходів, будівництво спортивної школи, науково-дослідницькі експедиції у печери, проведення спортивних походів і змагань, культурних та туристичних заходів.

Відтак, соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність, спрямована на інноваційні, кардинальні та позитивні зміни в суспільстві; це важливий відгук приватного сектору на конкретні проблеми суспільства (бідність, безробіття, соціалізація людей з особливими потребами, захист прав людини). А завдання, яке перед собою ставлять соціальні підприємці, полягає у тому, щоб допомогти суспільству, власне, у пошуку можливостей щодо подолання існуючих суспільних проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На етапі сьогоднішнього загострення соціальних, економічних і екологічних проблем ідея соціального підприємництва все більше привертає увагу дослідників та науковців. Дослідженню феномену соціального підприємництва, умовам розвитку, а також головним аспектам його функціонування присвячені наукові праці вітчизняних та зарубіжних дослідників. Низка науковців досліджували феномен підприємництва з погляду його основних ознак, типів, видів, впливу на соціальні та економічні проблеми, залучення та активізації місцевого населення до пошуків спільного рішення щодо різного виду проблем. Зокрема, це М. Прайс, Дж. Едвардс, К. Алтер, Р. Янг, які досліджували розвиток та особливості соціального підприємництва в різних країнах. Сутність соціального підприємництва, його особливості та відмінності від звичайного виду підприємництва досліджено у працях Б. Дрейтона, М. Макліна, Е. Суріка. Соціальне підприємництво, як новий напрям соціально-економічних досліджень вивчали К. Бруят, Л. Бузеніц, Д. Шепард. Вивченням питання мотивації у соціальному підприємстві займалися Е. Лок, С. Шейн, К. Колінз. Окремі аспекти, що стосуються загальнотеоретичних засад функціонування соціального підприємництва, сучасного стану і напрямків його розвитку в Україні висвітлено у працях З. Галушки, М. Наумової, О. Кіреєвої, В. Шаповал, В. Удотової.

Метою статті є з'ясування сутності поняття соціального підприємництва та його основних характеристик.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на широке поширення соціального підприємництва у сучасному світі і постійний ріст цікавості дослідників щодо теми соціального підприємництва, сама сутність поняття, можливості й особливості функціонування соціального підприємництва надалі залишаються предметом дискусії. Відсутність чітких меж поняття “соціальне підприємництво” є певною перепорою на шляху до інституціоналізації цього явища і певним чином обмежує розвиток емпіричних і теоретичних досліджень у соціології.

Розвиток соціального підприємництва від ідеї до концепції з власною термінологією та теоретичною базою припав на 1980–1990-ті рр. У цей період відбувається стрімкий розвиток некомерційних організацій. Якщо на початку 1980-х рр. їхня кількість у всьому світі не перевищувала 100 000, то на кінець 1990-х рр. їх нараховувалось уже більше мільйона. При цьому варто зазначити, що основний приріст відбувся у США, де на рівні з державним та приватним сектором виник третій сектор економіки – громадянський, поштовхом до появи якого стала концепція “нового федералізму”, представлена в 1980-х рр. адміністрацією Р. Рейгана [7, с. 32]. Основою цієї концепції була спроба зменшити розмір федерального правління і скоротити його бюджет. Відповідальними за соціальні послуги стали регіони і благодійні організації, у яких вже не було основного джерела фінансування, а відтак, з'явилася потреба пошуку можливостей отримати прибуток, що й призвело до виникнення феномену соціального підприємництва у його сучасному розумінні. Зокрема, в Італії розвиток соціального підприємництва також припав на 1980-ті рр. Це відбулося саме завдяки поширенню кооперативного руху, коли на законодавчому рівні було врегульовано діяльність соціальних кооперативів, які поділялися на дві групи: кооперативи з соціального обслуговування (надання послуг у сфері охорони здоров'я, освіти, догляду за людьми похилого віку та інвалідами) та кооперативи, що спеціалізувалися на наданні послуг із працевлаштування незахищених верств населення. Відповідно, стає очевидним те, що діяльність таких кооперативів була пов'язана з вирішенням гострих соціальних проблем, з якими зустрілося населення.

Поняття соціального підприємництва виникло на стику ідей Ж.-Б. Сея, Й. Шумпетера та П. Друкера про традиційне підприємництво, яке націлене на отримання прибутку, а також благочинної діяльності, метою якої є вирішення соціальних проблем суспільства і активне сприяння позитивним соціальним змінам. Одним із основних визначень соціального підприємництва є місія, яка полягає у створенні соціальних цінностей, вивченням і формуванням нових можливостей і інновацій із необмеженим використанням ресурсів, а також високим почуттям відповідальності за підприємницьку діяльність. Інші дослідники припускають, що соціальне підприємництво охоплює діяльність і процеси, які визначають та використовують можливості для підвищення добробуту суспільства шляхом створення нових підприємств та управлінь у інноваційному вигляді [2, с. 23].

Здебільшого соціальне підприємництво – це проекти некомерційних організацій, спрямовані на організацію благодійної мети щодо вирішення соціальних проблем. Поняття соціального підприємництва у США не закріплено на законодавчому рівні,

існує лише перелік соціально важливих видів діяльності: надання товарів і послуг незахищеним верствам населення; створення економічних умов для реалізації можливостей для громадян; екологія та захист навколишнього середовища; надання послуг у галузі охорони здоров'я; розвиток мистецтва, науки та освіти; стимулювання розвитку економічної активності для певних груп населення, що перебувають у скрутному становищі [7, с.24].

Соціальне підприємництво – це не те саме, що соціальне підприємство, оскільки “соціальне підприємство” це соціально орієнтована діяльність, не пов’язана з основною метою компанії чи організації, а “соціальне підприємництво” задає руху і зумовлено соціальною місією певної організації. Основним чинником, що відрізняє соціальне підприємництво від традиційного, є наявність соціальних можливостей, якими можуть користуватись підприємці. Вирішення соціальних проблем у сфері безпеки, охорони здоров'я, освіти, проблем, пов’язаних із бідністю населення, екологічних проблем та інші є альтернативним простором підприємницької діяльності, де можна та варто застосовувати нові інноваційні технології. А результатом ефективного функціонування соціальних підприємств є вирішення нагальних проблем із працевлаштування, підтримки соціально вразливої категорії громадян, допомога в адаптації до нових умов життя, надання соціальної допомоги і підтримки людей із обмеженими можливостями, при цьому соціальне підприємництво дає можливість забезпечувати надання більш якісних і, головне, своєчасних послуг населенню в умовах їх нестачі. Відтак, якщо звичайні підприємці оцінюють успішність своєї діяльності, орієнтуючись в основному на прибуток, то для соціального підприємця головним критерієм успішності є суспільна користь, яка є наслідком його діяльності. При цьому, прибуток також може бути важливим, будучи певною можливістю для подальшого розвитку до досягнення соціальної мети (місії) організації, але у жодному разі не будучи основною ціллю.

Б. Дрейтон визначає соціальне підприємництво як інноваційний підхід, за допомогою якого людина може вирішувати серйозні соціальні проблеми, а також наголошує на тому, що воно є дуже важливим інструментом для економічного та соціального розвитку не лише для слаборозвинутих, але й для вже достатньо розвинутих країн. Проте, незважаючи на проведені раніше дослідження сутності соціального підприємництва, у науковій термінології немає єдиного визначення поняття “соціального підприємництва”. Дослідники стверджують, що огляд літератури фрагментований і немає єдиної теоретичної основи. Концептуалізація соціального підприємництва не враховує унікальні характеристики соціальних підприємців і контекст, у якому вони повинні працювати [5, с. 3].

У країнах Північної і Південної Америки соціальним підприємництвом вважається підприємницька діяльність громадських організацій, прибуток яких спрямовується на вирішення суспільних проблем і покращення якості життя. У Європейських країнах соціальне підприємництво визначається як бізнес із соціальною місією, у якому суб'єктами соціального підприємництва виступають прибуткові підприємства з конкретно визначеною соціальною метою. Але, як зазначають дослідники, існує ще один підхід, який застосовується у більшості приватних і державних фондах. Відмінністю цього підходу від двох попередніх є те, що діяльність таких організацій спрямована

на пошук соціальних новаторів по всьому світу та створення сприятливих умов для їхньої роботи [9, с. 238].

Сучасні дослідники розрізняють підприємництво та бізнес як пов'язані зі сферою виробництва товарів і послуг, а також сферою комерції, торгівлі і торгівельно-посередницьких послуг відповідно. При цьому, бізнес визначають як “нормовану, не пов'язану з інноваціями діяльність”, підприємництво – як “виробництво, засноване на пошуку та реалізації нових можливостей для розробки товарів та послуг, використанні новітніх форм застосування капіталу” [10, с. 357].

Сьогодні соціальне підприємництво в Україні розуміється як діяльність, що має на меті пом'якшення соціальних проблем на умовах самоокупності, інноваційності та стійкості, а також включає в себе пошук можливостей для реалізації нових ідей, заснування соціальних підприємств, які б вирішували соціальні проблеми та розвиток їх мережі [11, с. 205].

Якщо розглядати соціальне підприємництво за основними його характеристиками, то, на нашу думку, треба виокремити такі (див. рис. 1): обов'язкова наявність місії/соціальної мети, на якій повинна ґрунтуватися основна діяльність підприємництва, або проблеми, які необхідно вирішити (найчастіше здійснення місії соціальним підприємством реалізовується шляхом продажу товарів власного виробництва та підтримкою соціальних, культурних, а також спортивних заходів і проектів), а відтак – можливість інвестувати прибуток підприємства на реалізацію цієї мети.

Відповідно до визначення Г. Діса [10], основною метою підприємства є створення найкращої цінності для його споживачів, у той час, коли основна мета соціального підприємництва полягає у пошуку реалізації можливостей для виявлення та вирішення соціальних проблем. За твердженням Г. Діса [10], робота соціального підприємця зосереджена на виявленні та вирішенні проблем шляхом зміни застарілої соціальної системи, пошук і застосування певного рішення, а також переконання всього суспільства у його ефективності. Ще однією важливою характеристикою щодо соціального підприємства є прозора діяльність, відповідальність та його публічна звітність при певній необхідності; можливості колективної участі у процесах управління; фінансова самостійність, яка й слугує основним джерелом у діяльності соціального підприємства. Пошук інноваційних шляхів для вирішення проблем та його впровадження відіграє неабияку роль у соціальному підприємстві. Адже саме новаторство в підприємницькій діяльності передбачає “перетворення творчої діяльності людей на те, що прийнято називати новацією, котра трансформується в інновацію” і саме інновації “спричиняють вирішальний вплив на розвиток підприємницької діяльності, визначаючи види діяльності організацій підприємницького типу”, а творчість у підприємницькій діяльності є певним втіленням креативної думки її суб'єкта, яка реалізується в традиційній сфері економіки, але нетрадиційними способами і принципово в новій формі” [с. 441].

Ще однією, на наш погляд, важливою складовою соціального підприємства є його види: благодійне, комерційне та гібридне. **Благодійний** вид соціального підприємства основну мету своєї діяльності ґрунтує на можливості створення певної соціальної цінності, при цьому джерелом фінансування тут виступають спонсорські та благодійні внески, які спрямовуються виключно на реалізацію соціальної програми.

Комерційний вид соціального підприємництва характеризується тим, що виготовляє товари або надає послуги соціального характеру, натомість прибуток, як результат своєї діяльності розподіляється між власниками цього підприємства. Метою діяльності **гібридних** підприємств є одночасно створення і економічної, і соціальної цінності. Щодо отриманого прибутку, то він використовується для реалізації соціальної мети/місії, а також подальшому розвитку соціального бізнесу, що й сприятиме підвищенню соціальних результатів у майбутньому.



Рис. 1. Складові соціального підприємництва за видами та характеристиками

Дослідники Г. Діз і Б. Андерсон виділяють дві основні дослідницькі школи соціального підприємництва – “школа соціальних підприємств” і “школа соціальних інновацій”. Представники “школи соціальних підприємств” зосереджують свої дослідження у двох напрямках: способах отримання доходу некомерційними організаціями і на соціальних проектах комерційних підприємств. Представники “школи соціальних інновацій” більшою мірою зосереджують свою увагу на інноваційних, новаторських способах вирішення соціальних проблем і розглядають соціальних підприємців як носіїв змін та важливих перетворень, які здатні викликати структурні зміни в суспільстві. Кожна з цих двох шкіл, на думку Г. Діза та Б. Андерсона, має певні обмеження, які варто враховувати під час розробки нових підходів до вивчення та дослідження соціального підприємництва [10, с. 357]. Варто зазначити і те, що ці дві підходи щодо вивчення соціального підприємництва не суперечать між собою, а навпаки, доповнюють один одного, оскільки мова йде про розгляд різних емпіричних сторін феномену соціального підприємництва, основною метою якого є соціальна значимість.

С. Бакг і Ф. Янсен розглядають соціальне підприємництво як багатовимірну і динамічну модель, що об’єднує взаємопов’язані елементи: соціального підприємця, підприємницький процес, соціальну організацію, відображаючи її характеристики, стратегію розвитку і навколишнє середовище. Найбільшого поширення у науковій літературі набуло визначення соціального підприємництва, запропоноване Г. Дісом, який виділив п’ять факторів, що визначають соціальне підприємництво:

- 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, що не обмежуються наявними ресурсами;
- 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [8, с. 455].

Науковці А. Передо і М. Маклін наголошують на тому, що соціальне підприємництво здійснюється тоді, коли індивід та організація прагнуть створити соціальну цінність новим або вже добре відомим способом. Згідно напрацювань А. Передо та М. Макліна, можна стверджувати, що соціальне підприємництво виявляється в таких ситуаціях, коли особа (або група осіб):

- 1) націлена на створення соціальної цінності;
- 2) показує масштаб розпізнання та використання можливостей створення соціальної цінності;
- 3) використовує інновації, починаючи від винаходу до адаптації новинки, створює та/або поширює соціальні цінності;
- 4) готова прийняти ризики вище середнього рівня у створенні та поширенні соціальної цінності;
- 5) незвично винахідлива в умовах недостатнього обсягу ресурсів, займаючись соціальним підприємництвом [1, с. 15].

Зазначимо, що для соціального підприємництва перевагою є те, що створюються саме соціальні цінності, а не економічні, створення яких є притаманним для інших форм підприємництва.

Розглянувши декілька поглядів дослідників щодо визначення поняття “соціального підприємництва”, можемо розділити його на дві групи: розуміння у вузькому та широкому значенні. Соціальне підприємництво у вузькому значенні означає те, що некомерційні організації використовують інноваційні підходи з метою отримання прибутку [3, с. 52]. Таке розуміння поняття пов’язане з масовою появою соціального підприємництва в США як прибуткової діяльності некомерційних організацій, які в 80-х рр. XX ст. зіткнулися з проблемою фінансування.

Соціальне підприємництво у широкому значенні – інноваційна діяльність як у комерційному секторі, так і в некомерційному, або на їхній межі – в організаціях змішаного типу, метою яких є вирішення гострих соціальних проблем.

Саме широке значення цього поняття описує діяльність, яка спрямована на вирішення соціальних проблем і разом із тим має інноваційне спрямування. Варто зазначити, що у науковій літературі різняться сама термінологія визначення поняття соціального підприємництва. Наприклад, у Канаді, Великій Британії, США у дослідженнях та ЗМІ поняття “соціальне підприємництво” широко застосовується для опису явища, а поняття “соціальний підприємець” – для опису індивіда. Поняття “соціальне підприємництво”, яке з самого початку використовувалося для визначення прибуткової діяльності некомерційних організацій, згодом почало використовуватися і для найменування соціально орієнтованих організацій, у тому числі і комерційних [11, с. 206]. Відтак, зазначимо і те, що важливим поштовхом до розвитку сучасного соціального підприємництва став

волонтерських рух, оскільки соціальний бізнес це і є певною мірою щось середнє між бізнесом та волонтерством. Відтак, можемо припустити, що найбільш поширеним на сьогоднішній день видом соціального підприємництва є волонтерська діяльність, основними ознаками якої є соціальна спрямованість та неприбутковість. Саме волонтерство, широко розгорнувшись під час Майдану та Революції Гідності у 201–2014 рр. взяло на себе вирішення тих проблем, з якими зіткнулося наше суспільство та до яких держава виявилась, очевидно, неготовою. Волонтерство стало переконливим доказом існування в Україні громадянського суспільства, яке шляхом самоорганізації виявилось спроможним самостійно знайти вирішення для актуальних на той час проблем. Зокрема, саме через механізми соціального підприємництва українське суспільство яскраво показало приклад того, як можна по-новому впливати на всі процеси, що відбуваються у суспільстві. Відтак, на прикладі волонтерства, ми бачимо, що спектр проблем, які може вирішувати соціальне підприємництво, є необмежений у будь-якій сфері. У той момент, коли бізнес дає прибуток, продаючи власні продукти чи послуги, але не завжди може вирішити гостру соціальну проблему, на його місце приходять волонтерська діяльність, вирішує проблеми, що існують у суспільстві, проте вона здебільшого не є прибутковою. Відповідно виникає запитання: чи є соціальне підприємництво ефективним інструментом вирішення соціальних проблем для сучасного українського суспільства? Безумовно, соціальна ініціатива підприємця є дуже цінною, оскільки державний сектор часто не в змозі самостійно справитись із вирішенням суспільних проблем (бідність, скорочення тривалості життя, безробіття, незахищеність деяких соціальних верств, зокрема, людей з обмеженими можливостями, постраждалим унаслідок російсько-українського конфлікту, внутрішньо переміщеним особам та ін). Соціальні підприємства відіграють важливу роль у зниженні рівня безробіття, зазвичай даючи змогу працевлаштуватися тим категоріям населення, які віддалені від ринку праці (інвалідам, молоді, самотнім жінкам з дітьми тощо).

Висновки. Однією з найефективніших форм інноваційної діяльності у соціальній сфері постає саме соціальне підприємництво, яке дає можливість вирішувати низку важливих проблем для суспільства. Відтак, будучи новаторським та творчим, підприємництво дає змогу знайти нові шляхи та виробити принципово нові підходи до вирішення тих суспільних проблем, які на сьогоднішній день за допомогою застарілих методів вирішити неможливо. Соціальне підприємництво забезпечує залучення додаткових ресурсів (або вже наявних, але більш інноваційним способом), відтак стає потужним поштовхом та сприяє реалізації інноваційних ідей і програм, що є неможливим, наприклад, у державному секторі.

Соціальне підприємництво – вид підприємницької діяльності, яка за основу несе в собі певну соціальну місію, але при цьому зберігає свої підприємницькі характеристики. При цьому, важливо зазначити, що таке підприємництво обов'язково повинно бути неприбутковим, оскільки у випадку неприбутковості втрачається сенс підприємництва і така діяльність сприймається та оцінюється як благодійна, волонтерська діяльність. Варто зазначити і те, що соціальне підприємництво розвивається в рамках інституціональних, політичних, економічних і соціальних змін, що відбуваються як і на місцевому, так і на глобальному рівнях. Інституціональне середовище, соціально-економічне і політичне

життя, у якому підприємець здійснює свою діяльність, впливає на його поведінку, таким чином сприяючи до готовності брати участь у суспільно-корисній діяльності. Тобто, соціальне підприємництво полягає в тому, що скеровано насамперед на досягнення основної місії, мети певної організації, пов'язаної з вирішенням конкретної соціальної проблеми, при цьому створення фінансової стійкості є необхідним способом досягнення цієї цілі (соціальні підприємці прагнуть до фінансової стійкості і при цьому намагаються створити бізнес-моделі, які допоможуть найефективніше досягнути подвійної мети – створити які соціальну, так і економічну цінність).

Соціальне підприємництво стає інструментом для вирішення соціальних проблем суспільства завдяки інноваційній складовій, тобто здатності бачити “провали” ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які були втрачені. Соціальне підприємництво є достатньо тривалим процесом, масштаб і розвиток якого неможливо спрогнозувати, що й у свою чергу пояснюється певним децентралізованим характером цих процесів. Зростання активності громадян, їх співпраця з владою дозволить розпочати в Україні вирішення такої надзвичайно актуальної проблеми, як побудова справжнього громадянського суспільства. Відтак, підсумовуючи, зазначимо те, що соціальне підприємництво у сучасних українських реаліях спрямоване на прискорення позитивних соціальних змін, забезпечуючи задоволення основних потреб людини. Визначальними для соціального підприємництва є такі риси, як здатність підприємця отримувати прибуток, вирішуючи гострі соціальні проблеми у суспільстві, при цьому сприяючи не лише їх повному усуненню, але й якісно новому розвитку потенціалу населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Галушка З. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні. Вісник київського національного університету ім. Тараса Шевченка, Економіка. – 2013. – №148. – С. 15-17.
2. Ігнатович Н., Гура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. Вісник київського національного університету ім. Тараса Шевченка, Економіка. – 2014. – Випуск 12. – С. 22-25.
3. Социальный бизнес – один из трендов 2014 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.csrjournal.com/akcent/7737-socialnyy-biznes-odin-iz-trendov-2014.html>.
4. Андрущенко А. І., Рябець І. М. Соціальне підприємництво як інноваційний механізм підвищення якості життя найбільш уразливих прошарків населення. [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4298/1/%D0%A1%.pdf>
5. Боделан В. Р. Соціальні бізнес і підприємництво як форма громадсько-державного партнерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2014_1_6
6. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/163.pdf>
7. Винников О. Соціальне підприємництво: годі бажати, як краще. Пріоритети. – 2003.

- №4 (10) – С. 25–28 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2666>
8. Супрун Н. А. Соціальне підприємництво як механізм розв'язання соціально-економічних проблем суспільства. Стратегія державної кадрової політики – основа модернізації країни: Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, Київ, 31 травня 2012 р. – Київ: НАДУ, 2012. – С. 454–456.
 9. Буко С. Л. Специфіка активності міжнародних НУО на ринку соціальних послуг. Мультiversum. Філософський альманах : Зб. наук. праць. – К.: Український центр духовної культури, 2006. – С. 235–243.
 10. Кузеванова А. Л. К вопросу о ценностях бизнес-деятельности и предпринимательства (социологический анализ). Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – №11. – С. 356–360.
 11. Пилипенко В. Підприємництво у дзеркалі соціологічної й психологічної науки. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – №3. – С. 204–206.
 12. Dees, J. G. *Economy. Entreprising Nonprofits a Toolkit for Social Entrepreneurs*. New York: Wiley, 2001. – P. 238.
 13. Peredo A.M., McLean M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Jornal of World Business*. – 2006. – №41(1). – P. 56–65.
 14. North D. S. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. – New York: Cambridge University Press. 2005. – P. 81.

REFERENCES

1. Halushka Z. (2013) Phenomenon of social entrepreneurship: concept and prospects of development in Ukraine. *Visnyk kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka, Ekonomika*. – №148. – S. 15–17.
2. Ihnatovych N., Hura V. (2014) Foreign experience of development of the social entrepreneurship. *Visnyk kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka, Ekonomika*. – Vypusk 12. – S. 22–25.
3. Social business – one of trends of 2014. Available at: <http://www.csjournal.com/akcent/7737-socialnyy-biznes-odin-iz-trendov-2014.html>.
4. Andriushchenko A. I. (2010) Social entrepreneurship as innovative mechanism of the improvement of the quality of life of disadvantaged social groups. Available at: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4298/1/%D0%A1.pdf>
5. Bodelan V. R. (2014) Social bussiness and entrepreneurship as a form of civic-state partnership. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2014_1_6
6. Sotula O. V. (2017) Social entrepreneurship as innovative model of the economy development. Available at: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/163.pdf>
7. Vynnykov O. (2017) Social entrepreneurship: stop to wish as Gould be better. *Priorities*. – №4 (10) – S. 25 – 28. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2666>
8. Suprun N. A. (2012) Social entrepreneurship as a mechanism of solving of the social and economical problems of society. Strategy of state human resources policy – basis of country modernization: Materials of scientific conference, Kyiv, 31 travnia 2012 r. – Kyiv: NADU. – S. 454–456.
9. Buko S. L. (2006) Specifics of the activities of international NGO`s on the market of social. *Multyversum. Philisophical almanakh*. – K.: Ukrainian center of spirituals culture. – S. 235–243.
10. Kuzevanova A. L. (2010) About the values of the bussiness activities and entrepreneurship

- (sociological analysis). Actual problems of humanitarian and technical sciences. – №11. – S. 356–360.
11. Pylypenko V. (2002) Entrepreneurship In the mirror of sociology and psychology. *Sociology: theory, methods, marketing*. – №3. – S. 204–206.
 12. Dees, J. G. (2001) *Economy. Enterprising Nonprofits a Toolkit for Social Entrepreneurs*. New York: Wiley. – P. 238.
 13. Peredo A. M., McLean M. (2006) Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Jornal of World Business*. – №41(1). – P. 56–65.
 14. North D. S. (2005) *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance* / D.C. North. – New York: Cambridge University Press. – P. 81.

SOCIAL ENTERPRISE: KINDS AND KEY FEATURES

I. Dzyabka

*Ivan Franko Lviv national university,
Universytetska Str., 1, Lviv, 79000, Ukraine
iryadakiabka@gmail.com*

In this article, social entrepreneurship is considered by the author as a type of social innovation, which is based on active activities aimed at solving social problems. As there are currently many enterprises in Ukraine involved in the provision of services in Ukraine, they are manufactured creating goods, creating jobs, conducting trainings - all this is to improve and achieve certain results. Social entrepreneurship is an entrepreneurial activity aimed at innovative and radical changes in society. Social entrepreneurship is a major and important response from the third sector to certain social problems such as poverty, unemployment, people with special needs, and the protection of human rights. Accordingly, the main task of social entrepreneurship is to find opportunities to overcome problems and generally help the society. An innovative approach plays an important role in the study of social entrepreneurship, because it is precisely this that makes it possible for a person to solve serious problems in a society, therefore, the use of innovations is an important tool for the development of society. Also in the article deals with the main theoretical approaches of domestic and foreign researchers regarding the features of the definition of the concept of social entrepreneurship, which are based on the solution of existing social problems. Are analyzed the relevant signs and values of social entrepreneurship as an effective mechanism for solving social problems, its features are characterized. The main criteria determining the essence of social entrepreneurship are considered. The author defines the notion of social entrepreneurship and describes the most important components of it, in particular, the types (charity, commercial, hybrid) and characteristics – income investment for social purposes, transparent activity, public accountability, responsibility, financial autonomy, introduction of innovations and joint collective management.

Keywords: Social entrepreneurship, social problems, solution of social problems, charity activity.

Стаття надійшла до редколегії 07.06.2018

Прийнята до друку 21.08.2018