

СТУКАН АНДРІЙ ОЛЕГОВИЧ

Допускається до захисту:
завідувач кафедри
менеджменту та поведінкової
економіки, д.е.н., професор
_____ Дороніна О.А.
«_____» _____ 2024 р.

**ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО
ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В
УКРАЇНІ**

Спеціальність 232 Соціальне забезпечення
ОП «Соціальне підприємництво»

Кваліфікаційна (магістерська) робота

Науковий керівник:
Солоненко Ю.В., доцент кафедри
підприємництва, корпоративної та
просторової економіки, к.е.н., доцент

(підпис)

Оцінка: _____ / _____ / _____
(бали/за шкалою ЕКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

АНОТАЦІЯ

Стукан А.О. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва та можливості його імплементації в Україні. Спеціальність 232 Соціальне забезпечення, Освітня програма «Соціальне підприємництво». Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2024.

У кваліфікаційній (магістерській) роботі досліджено сутність та роль соціального підприємництва у вирішенні соціально-економічних проблем. Виокремлено організаційні форми розвитку соціального підприємництва. Визначено особливості державного регулювання розвитку соціального підприємництва в різних країнах. Досліджено зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. Проаналізовано діяльність вітчизняних соціальних підприємств. Проведено оцінку факторів активізації та перешкод розвитку соціального підприємства. Сформовано рекомендації щодо впровадження інструментів державного сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні. Обґрунтовано пропозиції щодо розробки методики оцінки привабливості соціального підприємництва. Запропоновано заходи щодо формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва в Україні.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальні підприємства, зарубіжний досвід, вітчизняні практики, фактори активізації, державні інструменти, оцінка привабливості, системний підхід.

80 с., 10 табл., 10 рис., 61 джерело.

Stukan A.O. Foreign experience in the development of social entrepreneurship and the possibility of its implementation in Ukraine. Specialty 232 Social welfare. Educational Program « Social entrepreneurship». Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2024.

In the qualification (master's) work the essence and role of social entrepreneurship in solving socio-economic problems is investigated. Organizational forms of social entrepreneurship development are singled out. The

peculiarities of state regulation of the development of social entrepreneurship in different countries have been determined. The foreign experience of the development of social entrepreneurship was studied. The activity of domestic social enterprises is analyzed. An assessment of activation factors and obstacles to the development of a social enterprise was carried out. Recommendations on the implementation of state assistance tools for the development of social entrepreneurship in Ukraine have been formulated. Proposals for the development of methods for assessing the attractiveness of social entrepreneurship are substantiated. Measures for the formation of a systemic approach to the development of social entrepreneurship in Ukraine are proposed.

Keywords: social entrepreneurship, social enterprises, foreign experience, domestic practices, activation factors, state instruments, assessment of attractiveness, systematic approach.

80 p., 10 tabl., 10 fig., bibliography: 61 items.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	9
1.1 Сутність та роль соціального підприємництва у вирішенні соціально- економічних проблем.....	9
1.2 Організаційні форми розвитку соціального підприємництва	15
1.3 Особливості державного регулювання розвитку соціального підприємництва в різних країнах	22
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОЇ ТА ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРАКТИКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	35
2.1 Дослідження зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва	35
2.2 Аналіз діяльності вітчизняних соціальних підприємств	42
2.3 Оцінка факторів активізації та перешкод розвитку соціального підприємства.....	48
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	53
3.1 Рекомендації щодо впровадження інструментів державного сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні	53
3.2 Пропозиції щодо розробки методики оцінки привабливості соціального підприємництва	59
3.3 Заходи щодо формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва в Україні	65
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ	74

ВСТУП

Актуальність теми. Соціальне підприємництво визнається як особливий вид підприємництва, спрямований на створення корисних соціальних та економічних результатів. У всьому світі концепція вирішення соціальних проблем через підприємницькі методи отримала широке визнання, особливо в Європі, і зараз привертає увагу українського суспільства. Ця ідея стає особливо актуальною в контексті численних соціально-економічних викликів, таких як дефіцит фінансових ресурсів держави, інфляція, низький рівень оплати праці, пенсій та соціальної допомоги, війна в країні, поява вразливих груп населення, соціальна асиметрія, зростання ризиків соціальних конфліктів тощо. Зазначені проблеми виникають через неефективність існуючих державних механізмів у їх розв'язанні, що призводить до активізації розвитку соціального підприємництва в Україні та пошуку нових форм організації надання соціальних послуг для покращення якості життя населення.

Сутність та умови здійснення соціального підприємництва досліджували С. Алворд, Б. Дрейтон, Т. Лайонс, Дж. Кікал, Г. Діз. Серед науковців України, які досліджували соціальне підприємство та його особливості в національній економіці, слід відмітити З. Галушку, О. Кіреєва, М. Наумову. Дослідженням теми соціального підприємництва займалися також такі українські науковці: А. Свинчук, А. Корнецький, М. Гончарова, О. Дороніна, В. Смаль, В. Кокоть, О. Полякова, О. Трегубов, Н. Якімова та ін. У їхніх працях розкриваються різні особливості становлення соціального підприємництва в Україні. Але залишаються недостатньо дослідженими зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва та можливості його імплементації в Україні. Усе зазначене зумовило вибір теми, підтверджує її актуальність та визначає об'єкт, предмет, мету та завдання дослідження.

Мета та завдання дослідження. Мета кваліфікаційної (магістерської) роботи полягає у теоретичному узагальненні зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва та розробці заходів щодо можливостей його імплементації в Україні задля формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва.

Відповідно до поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:
дослідити сутність та роль соціального підприємництва у вирішенні соціально-економічних проблем;

виокремити організаційні форми розвитку соціального підприємництва;

визначити особливості державного регулювання розвитку соціального підприємництва в різних країнах;

дослідити зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва;

проаналізувати діяльність вітчизняних соціальних підприємств;

провести оцінку факторів активізації та перешкод розвитку соціального підприємства;

сформувати рекомендації щодо впровадження інструментів державного сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні;

обґрунтувати пропозиції щодо розробки методики оцінки привабливості соціального підприємництва;

запропонувати заходи щодо формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва в Україні.

Об'єктом дослідження є вивчення зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва та можливостей його імплементації в Україні.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та науково-практичні аспекти вивчення зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва та можливостей його імплементації в Україні.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дослідження є праці вітчизняних та зарубіжних науковців, які вивчають питання вивчення зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва

та можливостей його імплементації в Україні. Під час написання роботи використовувалися ряд методів: системний підхід, метод логічного узагальнення, аналізу та синтезу, індукції, дедукції, статистичний аналіз, емпіричного дослідження, абстрактно-логічний метод, графічний аналіз.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти України, статистичні дані, наукові монографії та статті, матеріали науково-практичних конференцій, періодичних видань, Інтернет-ресурси, результати досліджень.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Методичні підходи, висновки та пропозиції, уточнені в ході дослідження, визначають ключові напрями розвитку соціального підприємництва. Рекомендації, надані в роботі, можуть служити орієнтиром для вирішення проблем, що виникають у процесі становлення соціального підприємництва та сприяти прискоренню його розвитку. Окрім того, отримані дані можуть бути використані для оцінки соціально-економічних та фінансових аспектів діяльності соціальних підприємств. Ця інформація може бути корисною в навчальному процесі та в рамках наукових досліджень.

Апробація результатів дослідження. Результати проведеного дослідження опубліковано: Стукан А.О. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. *Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання: праці XXIII Міжнародної наукової конференції студентів та молодих учених (21 грудня 2023 р., м. Вінниця). Том I. Ред. кол. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. С. 51-53.*

Положення, що виносяться на захист. Наукова новизна отриманих результатів полягає у теоретичному узагальненні зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва та розробці заходів щодо можливостей його імплементації в Україні задля формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва. До найбільш вагомих результатів дослідження, які визначають його наукову новизну, віднесено такі:

сформовано рекомендації щодо впровадження інструментів державного сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні; обґрунтовано пропозиції щодо розробки методики оцінки привабливості соціального підприємництва; запропоновано заходи щодо формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва в Україні.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних посилань. Повний обсяг роботи – 80 сторінок друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1 Сутність та роль соціального підприємництва у вирішенні соціально-економічних проблем

Розуміння популярності соціального підприємництва впливає з проблем, які державний та приватний сектори не можуть ефективно вирішити. У світі виявлено три основні динаміки, які призвели до виникнення соціального підприємництва: зменшення публічних соціальних послуг, дисбаланс у розподілі доходів та збільшення конкуренції в некомерційному секторі. За словами Д. Борнштейна, основні зміни полягають у більшій свободі, часі, благах, здоров'ї, відкритості та соціальній мобільності, що дозволяє шукати нові бізнес-стратегії. Люди стали усвідомлювати екологічні, медичні, правові, освітні та соціальні виклики. Відсутність ефективної політики та боротьба з бідністю та злочинністю призвели до неспроможності урядів ефективно вирішувати ці проблеми.

В Європі термін «соціальне підприємство» вперше з'явився в Італії в кінці 1980-х років, коли створювалися нові ініціативи, подібні до кооперативів, для відповіді на невирішені потреби. У 1991 році парламент Італії ухвалив закон про «соціальний кооператив», що став добре адаптованим для новаторських соціальних підприємств. Це послужило прикладом для інших країн. У 2004 році уряд Великобританії впровадив юридичну форму для соціальних підприємств. З середини 1990-х років в Європі домінував тип соціальних підприємств «соціальні підприємства інтеграції праці» (WISEs), які спрямовані на допомогу низькокваліфікованим безробітним у групах ризику та їх включення до роботи [2; 11; 25].

У таблиці 1.1 наведений огляд різних визначень соціального підприємства, що демонструє відсутність єдиних підходів до його визначення.

Таблиця 1.1 – Трактування поняття «соціальне підприємництво» [3; 10; 19; 24]

Автор	Визначення
Діз Дж.	«є приватною організацією і призначені для вирішення соціальних проблем і надання соціально значущих товарів, які не були належним чином надані урядом або приватними ринками»
Каменко І.	«це діяльність підприємств чи організацій, які функціонують з метою отримання прибутку і його спрямування на виконання соціальної місії в контексті вирішення суспільних проблем, або працюють у сфері неприбуткової діяльності, спрямованої на досягнення соціального ефекту»
Луговенко Н., Коваленко Н.	«це організація, метою якої є публічна діяльність, спрямована на задоволення потреб суспільства; кінцева мета такого підприємства має соціальний та економічний ефекти у вигляді економії державного бюджету і прибутку економічних структур; визначені цілі залежать як від прибутку, так і від бажаного соціального ефекту від його комерційної діяльності»
Шаульська Л., Кабаченко Г.	«як вид діяльності, спрямований на вирішення соціальних проблем, утворюється безпосередньо на волонтерському русі, та є певним гібридом волонтерського руху та класичного підприємництва. Прибутки, що отримує соціальне підприємство, спрямовуються на його розвиток та на вирішення гострих суспільних проблем»
Назарук В., Кірсанова Ю., Долуда Л.	«підприємницька діяльність, спрямована на позитивні інноваційні зміни у суспільстві: пом'якшення або вирішення соціальних проблем за рахунок доходів, отриманих від власної діяльності»
Спреклі Ф.	«це юридично зареєстрована організація, яка здійснює комерційну діяльність, створює суспільне багатство, та сприяє покращенню екології»
Європейська асоціація венчурної філантропії	«як організація, яка орієнтована на досягнення соціального впливу, застосовуючи ринкові рішення для вирішення питань державного сектору та неспроможності ринку інноваційними способами»

Термін «соціальне підприємництво» був вперше введений в обіг Біллом Дрейтоном у 1980-х роках. Він є засновником організації Ashoka, яка об'єднує лідерів соціального підприємництва з усього світу для розв'язання соціальних проблем. Б. Дрейтон визначає соціальне підприємництво як інноваційний підхід, що дозволяє індивідам вирішувати серйозні соціальні проблеми своєї спільноти. Однак Грегорі Діз, директор Центру розвитку соціального підприємництва Дюкського університету, вважає, що соціальне

підприємництво як професія та область для вивчення було представлено ним в кінці 1990-х років. Для Діза, соціальне підприємництво поєднує пристрасть до соціальної місії з бізнес-дисципліною, інновацією та рішучістю. Відзначається, що, на відміну від бізнес-підприємців, соціальні підприємці мають соціальну місію – зробити світ кращим, оцінюючи успіх як здобуття прибутку та вирішення соціальних проблем.

Також, погляди вчених та практиків на критерії віднесення підприємств до соціальних різняться, як показано в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Систематизація поглядів щодо критеріїв відношення підприємств до соціальних [7; 12; 31]

Країна / науковець	Трактування поглядів
США	щоб товар або послуга вирішували певну соціальну проблему
Європа	соціальні підприємства мають віддавати частину прибутку на соціальні проекти або надавати роботу людям з особливими потребами
Велика Британія	рентабельний бізнес, чітко визначені соціальні цілі, реінвестування та спрямування прибутку на досягнення соціальних цілей, демократичне управління
Швеція	вирішення соціальних проблем та сприяння добробуту населення, генерування прибутку та фінансова стабільність, інноваційність
Роджер Л. та Осберг С.	<p>(1) визначення усталеної, але нерівносправедливої рівноваги, що викликає виключення, маргіналізацію або страждання певного сегменту населення, якому бракує фінансових можливостей;</p> <p>(2) розробка пропозиції соціальних цінностей та реалізація впливу, що ґрунтується на натхненні, творчості, сміливості та стійкості;</p> <p>(3) формування нової стійкої рівноваги, яка полегшує страждання цільової групи та забезпечує краще майбутнє для цільової групи та, можливо, для суспільства в цілому</p>
Передо А., МакЛін М.	<p>соціальне підприємництво реалізується там, де особа чи група:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) спрямована на створення соціальної цінності; 2) продемонструвала здатність розпізнати та використовувати можливості для створення такої цінності; 3) застосувала інновації у створенні соціальної цінності; 4) готова прийняти ступінь ризику, що перевищує середнє, в процесі створення соціальної цінності; 5) виявилася надзвичайно винахідливою в умовах відносного дефіциту активів при здійсненні своєї соціальної діяльності. Найважливішим з цих критеріїв є перший, оскільки він концептуально відокремлює соціальне підприємництво від інших форм

Згідно з підходом, розробленим Європейською дослідницькою мережею EMES, існують чотири ключові критерії для визначення економічних та підприємницьких аспектів соціального підприємництва: безперервна діяльність у виробництві товарів або послуг; високий рівень автономії; значний економічний ризик; мінімальний обсяг оплачуваної праці. З метою відображення соціальних аспектів такої ініціативи було визначено п'ять критеріїв: наявність явної мети приносити користь суспільству; ініціатива групи громадян; право прийняття рішень, не засноване на володінні капіталом; партисипативний характер, в якому беруть участь різні сторони; обмежений розподіл прибутку, який допомагає уникнути максимізації прибутку.

Основна відмінність між підприємництвом і соціальним підприємництвом полягає в їхніх ціннісних пропозиціях. Підприємець спрямовує свою пропозицію на обслуговування ринків, які можуть виправдати новий продукт або послугу для отримання фінансового прибутку. З іншого боку, соціальний підприємець націлений на малозабезпечені, обділені або іншим чином недооцінені групи населення і прагне до великомасштабних трансформаційних змін. Його ціннісна пропозиція спрямована на досягнення значущих соціальних вигід. Успішність соціального проекту вимірюється його здатністю до глибокої і тривалої соціальної трансформації. Під соціальним підприємництвом розуміється систематична, в тому числі інноваційна, господарська діяльність, спрямована на вирішення соціальних проблем [8; 33].

Соціальне підприємництво відрізняється від корпоративної соціальної відповідальності та благодійних організацій на кількох рівнях. Корпоративна соціальна відповідальність приватного бізнесу розглядається як побічна мета, що стоїть після головної мети – отримання фінансової вигоди акціонерами. У випадку благодійних організацій, їх існування залежить від пожертвувань, тоді як соціальні підприємства створюють стійкі проекти та прагнуть до самостійності в своїй діяльності.

Соціальне підприємництво виступає каталізатором соціальних трансформацій, спрямованих на задоволення соціальних потреб. У цьому контексті, акцент робиться на соціальній цінності, водночас розглядаючи створення економічної цінності як необхідну умову для забезпечення фінансової життєздатності. Хоча соціальне підприємництво може здійснюватися на комерційній основі, його характеризує обмежений потенціал отримання вигоди, що робить його основною ознакою.

Однією з ключових цілей організацій соціального сектору є досягнення стійкості, що визначається здатністю проекту підтримувати вплив на оточуючі громади в довгостроковій перспективі. Оцінка впливу соціальних підприємницьких проектів включає такі аспекти, як зміна ставлення та поведінки, розширення ідей, створення робочих місць і вплив на національну політику.

Визначення ключових факторів успіху соціальних підприємств є важливим завданням управління, оскільки ці питання особливо актуальні для організацій, які стикаються з труднощами в забезпеченні ефективності своєї діяльності. Деякі з цих факторів включають сильне керівництво, мотивацію та відданість персоналу, наявність сприятливого правового середовища, ясність інноваційної концепції, ефективну співпрацю з державним сектором, соціальний капітал та взаємодію з місцевою спільнотою [20; 32].

Фактори, які сприяють впливу соціальних підприємницьких проектів, можна розділити на дві основні категорії: характеристики соціального підприємця та ресурси, які вони використовують. З погляду мобілізованих ресурсів, ключовими факторами є отримані знання, моделі поведінки соціальних підприємців і їхніх цільових аудиторій, а також мережі та комунікації для ефективної взаємодії з партнерами та донорами.

Як і будь-яким іншим підприємствам, соціальним підприємствам також необхідні фінанси для існування. Дослідження, проведене серед шведських соціальних підприємців, вказує на їхню значну залежність від державних коштів і підтримки, а також особистих ресурсів та внутрішнього капіталу, що

генерується в межах країни. Соціальні підприємці висловлюють сподівання на поліпшення угод про соціальне підприємництво в цілому, збільшення фінансування та розширення співпраці з муніципалітетами.

Отже, успіх соціального підприємництва в значній мірі залежить від використання інноваційного підходу у вирішенні конкретних соціальних проблем, використання нових комбінацій ресурсів і впровадження нових послуг на ринок. Ефективна взаємодія зацікавлених сторін також є важливим фактором успіху. Підвищення якості життя населення за рахунок знаходження нових шляхів вирішення соціальних проблем є основним результатом соціального підприємництва. Важливим аспектом стійкості соціального підприємства є його економічна міцність та автономія (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Чинники стійкості соціального підприємництва

Отже, існує розбіжність у визначенні поняття «соціального підприємництва», і статусу цього виду діяльності у порівнянні з діяльністю некомерційних організацій, благодійності та соціально відповідальної поведінки бізнесу, що є одним зі спірних питань сучасності. У світовому досвіді соціального підприємництва існують різноманітні моделі соціальних

підприємств, а розвиток цього виду діяльності в різних країнах має різний характер, залежно від різних факторів. На наш погляд, визначення «соціального підприємництва», що найбільше відображає його сутність, - це розглядати його як діяльність, яка поєднує високу адаптивність та інноваційність приватного бізнесу з соціальною місією, орієнтованою на вирішення найгостріших соціально-економічних проблем.

1.2 Організаційні форми розвитку соціального підприємництва

Поширення сучасних форм підприємницької діяльності наразі відповідає загальному тренду інновацій у економіці та суспільстві, які в епоху стрімких змін виявляють схильність до прийняття новаторських рішень. Спостерігається розширення горизонтів у сферах, де раніше держава виконувала свої функції, передаючи частину відповідальності підприємницькому сектору, зокрема, виділяючи соціальну сферу.

Соціальне підприємництво відрізняється від традиційних моделей підприємництва, і тому його організаційні та організаційно-правові форми мають особливе значення для його розвитку.

Організаційні структури у сфері соціального підприємництва визначаються законодавством та впроваджуються на практиці відповідно до умов і цілей соціальної роботи. З відсутності спеціального законодавства у сфері соціального підприємництва в Україні, функціонування організаційно-правових форм соціальних підприємств регулюється такими нормативними актами, як Господарський кодекс України (що визначає право підприємств здійснювати некомерційну діяльність), Податковий кодекс України (де встановлено пільги для благодійних організацій, також визначених як соціальні підприємства), Закон України «Про кооперацію», Закон України «Про громадські об'єднання», Закон України «Про свободу совісті та релігійні організації».

Ці та інші нормативні акти визначають статуси соціального підприємництва, дозволяючи його суб'єктам здійснювати статутну діяльність

без отримання прибутку, з метою лише соціального благополуччя. Загалом, в даному контексті можна вважати коректним визнання всіх неприбуткових організацій, незалежно від їхньої організаційно-правової форми, як соціальних підприємств, оскільки вони втілюють соціальну місію.

У глибокому вивченні цього питання важливим є засвоєння міжнародного досвіду, оскільки вітчизняна практика наразі не має відповідного досвіду. У розвинених країнах соціальне підприємництво вже стало визнаним видом діяльності, сформулювались організаційно-правові форми соціальних підприємств, прийнято законодавчі норми. Тому важливо звертати увагу на досвід та традиції створення соціальних підприємств у цих країнах.

Соціальне підприємництво є соціальним інститутом, який формується під впливом політичних, економічних та суспільних факторів. До цих факторів відносять організаційні та організаційно-правові форми підприємств. Соціальні підприємства є соціальними організаціями, які можна визначити як «соціальну спільноту, сформовану для досягнення певних цілей на основі формалізації внутрішньої структури» згідно з соціологічною наукою.

Для методичних характеристик форм соціального підприємництва використовується категорія «організаційна форма підприємства», що класично тлумачиться як «форма об'єднання людей для спільної діяльності в межах певної структури». На практиці це реалізується через різні статуси, такі як одноосібне господарство, партнерство, корпорація та інші [2; 7; 30].

Організаційно-правові форми в Україні, що закріплені законодавством, включають різні види підприємств, кооперативи, орендні підприємства, споживчі товариства, господарські товариства, асоціації, консорціуми, концерни та інші об'єднання. Важливо враховувати, що ці форми можуть взаємодіяти та переплітатися в організаційно-правових рамках соціальних підприємств в Україні.

Організаційні та організаційно-правові форми підприємництва визначають способи, механізми та структурні моделі, в рамках яких підприємства наділяються статусом суб'єкта господарювання з конкретними правами, обов'язками та відповідальністю. Це відноситься як до традиційного, так і до соціального підприємництва (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Організаційні та організаційно-правові форми підприємства

Організаційна форма підприємства	Організаційно-правова форма підприємства
<i>Співвідношення та розподіл за класифікаційним представленням</i>	
<i>Одноосібне господарство (підприємство)</i> (підприємство, яке є власністю однієї особи, яка несе повну відповідальність за результати його діяльності)	Приватне підприємство, фермерське господарство, особисте селянське господарство
<i>Партнерство (товариство)</i> (форма організації підприємства, за якої дві або більше осіб об'єднують своє майно на засадах пайової участі, стають співвласниками створеного підприємства, спільно управляють виробництвом і власністю, розподіляють прибуток та спільно відповідають за своїми зобов'язаннями)	Товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство, кооператив, асоціація, консорціум, орендне підприємство, споживче товариство
<i>Корпорація</i> (колективна форма капіталістичних підприємств, яка як юридична особа існує у формі акціонерних товариств відкритого і закритого типів)	Акціонерне товариство (відкрите і закрите), корпорація, концерн
<i>Найбільш прийнятні для організації соціального підприємництва</i>	
<i>Партнерство (товариство)</i>	Кооператив, споживче товариство, спілка споживчих товариств, асоціація, організації орендарів, організації покупців, громадські організації, релігійні організації

Використання організаційних та організаційно-правових форм для формалізації підприємницької діяльності дозволяє діяти у правовому полі, ефективно розподіляти економічну та соціальну відповідальність між

учасниками соціального підприємництва та претендувати на юридичний захист прав та свобод.

Соціальні підприємства визначених форм формують інфраструктуру ринку соціальної діяльності, на якому відбувається обмін та взаємодія соціального характеру. Організаційна форма надає можливість формалізації соціального підприємництва.

Держава та її уповноважені органи також можуть створювати соціальні підприємства у формі державних, які виконують місію впровадження заходів державної соціальної політики на безприбутковій основі. Такий підхід сприяє використанню чинників соціального партнерства, підприємницької і громадянської солідарності та взаємодопомоги для соціалізації економічної системи та реалізації пріоритетів соціальної політики.

Україна наразі не має прямого закону, що регулює розвиток соціального підприємництва. Тому вибір організаційно-правової форми соціального підприємства здійснюється відповідно до чинного законодавства. Соціальні підприємства можуть створюватися та функціонувати у будь-яких формах, дозволених законами України щодо підприємництва [35; 43; 47].

Деякі дослідники вважають індивідуальне (одноосібне) підприємство, повне і командитне товариства, асоціацію, фонд, корпорацію, товариство з обмеженою відповідальністю, кооператив за прийнятні організаційно-правові форми для створення соціальних підприємств. Однак, деякі науковці віддають перевагу партнерству як пріоритетній організаційній формі, оскільки вона має розширені можливості для усупільнення соціальної діяльності, подібно до кооперативів.

Кооператив вважається однією з найперших та найбільш прийнятних організаційних форм соціального підприємництва. Він відповідає критеріям соціальності за принципами кооперації та механізмом усупільнення функцій. Кооперативи можуть відповідати принципам і місії соціального підприємництва, сприяючи взаємодопомозі та соціальній відповідальності.

Це актуалізовано багатьма вченими та практиками соціального підприємництва в Україні.

Кооперативна форма організації для розв'язання соціальних проблем використовується людством з XVII століття і виявила свою ефективність та універсальність як організаційно-правова модель підприємства. Принципи кооперації стали основою для розробки норм, розвитку підходів і формування ідеології соціального підприємництва. У Європі, наприклад, кооператив є найпоширенішою формою соціального підприємництва, оснований на принципі безприбутковості. Цю точку зору підтримують різні дослідники, такі як Н. Горішна, яка відзначила, що «найпоширеніші в Європі форми соціально-підприємницької діяльності належать до кооперативного типу» (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Організаційні форми в зарубіжній практиці соціального підприємництва [42; 55; 56; 57; 58; 59; 60; 61]

Країна	Сучасні форми соціальних підприємств	Характеристики і соціальні цілі
Великобританія, Бельгія, США	Компанії суспільного інтересу, соціальної мети Компанії соціального інтересу	<i>Функціонально-цільові характеристики:</i> Об'єднання громадян, підприємців, які спільно здійснюють роботу із задоволення потреб суспільства, на соціальних підприємницьких, засадах у сферах визначеного суспільного інтересу, мета в таких організацій соціальна <i>Організаційно-правові:</i> структури у формі товариства або партнерства
Італія, Польща, Чехія, Франція, Португалія, Фінляндія, Іспанія	Соціальні кооперативи Кооперативи соціальної солідарності Кооперативні товариства колективного інтересу Кооперативи соціальної солідарності Кооперативи соціальної ініціативи	<i>Функціонально-цільові характеристики:</i> структури, діяльність яких спрямована на сприяння вирішення соціально значимих для суспільства, території проблем, зокрема вирівнювання соціальної його структури у сфері зайнятості, забезпечення житлом маргіналізованих верств населення <i>Організаційно-правові:</i> структури у формі кооперативу, які створені і функціонують за кооперативними принципами

У країнах з високорозвиненою соціально орієнтованою економікою кооператив стає популярною формою організації соціального підприємництва. Це пов'язано, зокрема, із демократичним управлінням та безпосередньою участю учасників кооперативного підприємства в управлінні та рішеннях. Учасники кооперативу можуть бути ініціаторами та споживачами соціальних продуктів та послуг, що зміцнює соціальну відповідальність та підсилює мотивацію соціального підприємства для виконання своєї соціальної місії.

В Україні існує можливість створення соціальних підприємств за різними організаційно-правовими формами. Зокрема, ресурсний центр «Соціальні ініціативи» вказує на такі форми для соціальних підприємств в Україні:

1. Товариство з обмеженою відповідальністю.
2. Приватне підприємство.
3. Громадська організація.
4. Благодійний фонд.
5. Кооператив.

У практиці соціального підприємництва в Україні використовуються різні форми організації, враховуючи чинне законодавство. Також зазначається, що країни з розвиненим соціальним підприємництвом, такі як США, Великобританія, Італія, Бельгія, Франція, Німеччина, використовують різні організаційно-правові форми для соціальних підприємств, такі як асоціації, фонди, кооперативи, та різні види компаній [3; 7; 45].

Ці соціальні підприємства зазвичай надають соціально-побутові та громадські послуги, здійснюють природоохоронні заходи, захищають громадянські права і свободи, а також займаються соціально орієнтованою господарською діяльністю, такою як виробництво «соціального» блага. Ці підприємства розширюють свою діяльність за галузями та спеціалізаціями, що відображає зростання соціального підприємництва в різних економічних секторах.

Зазначений у роботі Н.В. Ільченко факт про існування 30-річної практики соціального підприємництва в США, Канаді, та Західній Європі свідчить про значний досвід цих країн у розвитку цього напрямку. У порівнянні з Україною, ці країни здійснили значний прогрес у розумінні соціального підприємництва та створенні сприятливих умов для його розвитку.

Національні традиції, довіра суспільства, і недостатній рівень знань у громадському і державному секторах можуть впливати на успіх і розвиток соціального підприємництва в країні. Зокрема, перехід від традиційної системи надання соціальних послуг до підприємницької моделі може зазнати опору через відсутність розуміння і підтримки соціального підприємництва. Також, низький рівень довіри та небажання інвестувати у соціальні програми можуть ускладнити впровадження соціального підприємництва в Україні.

Таким чином, зарубіжний досвід може стати важливим джерелом навчання для України, але при цьому важливо враховувати унікальні особливості і контекст країни при розробці та впровадженні стратегій розвитку соціального підприємництва.

Так, Великобританія та США визначаються сильними традиціями громадських організацій і, відповідно, є лідерами у світовому масштабі. В Європі, зокрема в Італії та Франції, соціальне підприємництво активно розвивається через використання кооперативної моделі, яка відповідає принципам соціального підприємництва.

У країнах з розвинутим соціальним підприємництвом існує чітке законодавство, яке регулює діяльність соціальних підприємств, встановлює критерії та статус. В Україні ситуація складніша, оскільки соціальні підприємства функціонують в рамках загального законодавства про підприємництво, і визначення поняття може бути трактовано різними способами.

Міжнародні консультативні організації, які просувають ідеї соціального підприємництва та сприяють його впровадженню, можуть бути важливими

партнерами для України. Вони можуть допомогти у розробці стратегій та розумінні найкращих практик. У світі соціальне підприємництво здобуло популярність як ефективний спосіб вирішення соціальних проблем і створення стійкого соціального впливу.

В Україні відсутнє чітке законодавче врегулювання організаційно-правових форм соціальних підприємств, що робить можливим їх створення у різних формах згідно з чинним законодавством. Водночас, існує підтримка для створення соціальних підприємств у різних сферах та формах, зокрема застосування кооперативної моделі, яка є визнаною в світі [43; 46].

У світовому контексті розвинені країни, зокрема Великобританія та США, вирізняються високим рівнем соціальних організацій, що сприяє розвитку соціального підприємництва. Європейські країни, зокрема Італія та Франція, активно використовують кооперативну модель для розвитку соціального підприємництва. У багатьох країнах з розвиненим соціальним підприємництвом існують спеціальні закони, що регулюють статус та діяльність соціальних підприємств.

Українські соціальні підприємства можуть використовувати різні організаційно-правові форми відповідно до чинного законодавства, проте відсутній єдиний стандарт або спеціальний закон, що регулює соціальне підприємництво. Така ситуація може породжувати широкий спектр інтерпретацій та класифікацій соціальних підприємств в Україні.

1.3 Особливості державного регулювання розвитку соціального підприємництва в різних країнах

Соціально-економічне і організаційне явище, відоме як соціальне підприємництво, останнім часом стає предметом зростаючої уваги вчених, громадськості, представників бізнесу та держави. Під соціальним підприємництвом зазвичай розуміється форма господарської діяльності, що спрямована на вирішення проблем конкретних груп людей, які, через

провали на ринку чи недостатню підтримку з боку держави, не мають доступу до необхідних для життя благ.

Соціальне підприємництво, хоч і не є новим явищем, в останні роки переживає значний розквіт на світовому рівні, включаючи і Україну, і розвивається як практика, так і наукова концептуалізація.

Уряди багатьох розвинених країн визнають соціальну користь від соціального підприємництва. Проте, підходи до державного регулювання його розвитку відрізняються у різних країнах світу.

З метою оцінки стану державного регулювання соціального підприємництва в країнах Європи, Європейська комісія провела картографічне дослідження, що охопило нормативно-правову базу, регламентуючи діяльність різних типів соціальних підприємств.

Результати аналізу державного та нормативно-правового регулювання соціального підприємництва в країнах Європейського Союзу та Великобританії вказують на різноманітність організаційно-правових форм і статусів соціальних підприємств. Ця різноманітність включає:

1. Використання адаптованих сучасних юридичних форм, таких як асоціації, фонди, кооперативи та компанії.
2. Наявність спеціально розроблених юридичних форм, спрямованих виключно на соціальні підприємства.
3. Закріплення юридичних статусів для соціальних підприємств, які можуть бути використані різними організаційно-правовими формами при відповідності специфічним критеріям.

У шістнадцяти європейських країнах існують законодавчі акти, які визначають соціальні підприємства і регулюють їхню діяльність. Проте в більшості юрисдикцій соціальні підприємства переважно користуються та адаптують юридичні форми, які не спеціально розроблені для цієї категорії підприємств [12; 20].

Лише чотири країни розробили спеціальні юридичні форми для соціального підприємництва, і це визначено в законодавстві. Такими формами соціального підприємництва є:

- Соціальні кооперативи колективної власності (Societe Cooperative D'Interet Collectif) у Франції.
- Підприємства соціальної та солідарної економіки (Entreprise de l'economie Sociale et Solidaire або Entreprise ESS) у Франції.
- Соціальні кооперативи в Польщі, Греції та Італії [3; 14].

Наприклад, соціальні кооперативи колективної власності (Société Cooperative D'intérêt Collectif - SCIC) в Франції є формою соціального підприємства-кооперативу. SCIC повинна враховувати як комерційні, так і соціальні цілі (caractere d'utilite sociale) на користь громади, причому економічна діяльність повинна бути пов'язана з досягненням соціальних цілей. Соціальна мета і соціальна корисність (Utilite Sociale), в першу чергу, спрямовані на надання допомоги вразливим групам або на діяльність, спрямовану на усунення дискримінації чи нерівності в суспільстві. Демократичне управління, що гарантує принцип «один член - один голос», і публікація звітів про екологічний та соціальний вплив діяльності, є обов'язковими елементами такого підприємства [3; 14].

Особливий інтерес викликають італійські соціальні кооперативи, що представляють собою модель кооперативної правової форми. Головна мета цих кооперативів полягає в досягненні соціальних цілей, що відмінно від традиційної орієнтації членів кооперативу на фінансовий прибуток [7; 26]. Згідно італійського законодавства існують два типи соціальних кооперативів:

1. Кооперативи типу «А», які надають соціальні послуги, такі як догляд за людьми похилого віку, медичні та освітні послуги. Учасниками таких кооперативів є постачальники та одержувачі послуг.
2. Кооперативи типу «В», які сприяють соціальній інтеграції певних вразливих груп населення.

У багатьох країнах Європи вирішили зосередитися на адаптації вже існуючих організаційно-правових форм для регулювання соціального підприємництва. Це включає такі типи:

- Неприбуткові організації, що дотримуються демократичних принципів управління, не розподіляють прибуток між зацікавленими сторонами і спрямовують його на досягнення соціальної мети.

- Кооперативи, які зазвичай є у власності і під контролем членів на демократичній основі, розподіляють прибуток від діяльності між членами кооперативу, а також можуть мати соціальні цілі.

- Спільні компанії, які переважно належать акціонерам на пропорційній основі та контролюються ними, здійснюють різні види комерційної діяльності для досягнення соціальної мети [3; 15].

Розгляньмо особливості правового регулювання соціального підприємництва на прикладах конкретних країн (табл. 1.5). В Бельгії, наприклад, будь-яка компанія може стати компанією соціального призначення (SPC), незалежно від її організаційно-правової форми, за умови, що її діяльність має альтруїстичну спрямованість, яка виступає пріоритетним стимулом для акціонерів у порівнянні з фінансовим збагаченням [12; 25]. Такі компанії повинні представляти щорічний звіт про свою діяльність, спрямований на досягнення визначених соціальних цілей.

У Данії соціальні підприємства та соціальні інновації переважно асоціюються з третім сектором і соціальною економікою. Сфери їхньої діяльності класифікуються на чотири основні групи:

1. Надання соціальних послуг вразливим групам, таких як кризові центри, притулки для жінок у складних ситуаціях, та психологічні консультації.

2. Створення кооперативів у галузях роздрібної торгівлі, фінансування, страхування чи сільськогосподарського виробництва.

3. Організації, що навчають безробітних.

4. Проєкти місцевого розвитку та урбаністичні ініціативи [8].

Таблиця 1.5 – Національні особливості нормативно-правового регулювання соціального підприємництва [55; 56; 57; 58; 59; 60; 61]

Країна	Нормативно-правова база	Роль, функції та особливості її реалізації
1	2	3
Фінляндія	«Закон про соціальні підприємства» (2003 р.)	Визнає соціальні підприємства ринково орієнтованими кооперативами, спрямованими на працевлаштування інвалідів та безробітних. Унікальністю фінського законодавства є те, що безробітні можуть засновувати кооперативи та брати в них участь, не втрачаючи допомоги з безробіття.
Італія	«Закон про соціальні кооперативи» (1978 р.), «Концепція громадсько-корисних організацій» (1991 р.)	Було відкрито ринок соціальних послуг, що дозволило приватним особам конкурувати за надання послуг, у результаті чого системи соціального забезпечення стали більш ліберальними. З 1991 р. кооперативи перестали надавати такі послуги. Вводяться загальні нормативні акти, які регулюють діяльність громадсько-корисних організацій. У результаті цих реформ з'явилися сотні операційних фондів, які стали постачальниками соціальних послуг.
Великобританія	«Закон про соціальні підприємства» (2002 р.)	Соціальні підприємства повинні переважно присвячувати себе соціальним цілям, спрямовуючи отриманий прибуток на розвиток власної справи або на загальний розвиток суспільства, а не на максимізацію прибутку власників. Закон також встановлює, що приблизно половина їхнього прибутку має бути здобута від продажу товарів і надання послуг.
Польща	«Закон про соціальні підприємства та підтримку соціального господарства» (2017 р.)	Закон встановлює, що статус соціального підприємства можуть отримати організації незалежно від їхньої юридичної форми, за умови відповідності певним критеріям, таким як основна спрямованість на надання соціальних та професійних послуг соціально незахищеним групам населення, обмеження розподілу прибутку та обов'язковий реінвестування щонайменше 30% прибутку в соціальну та професійну реінтеграцію. Додатково, встановлені вимоги до демократичного управління, обмеження розриву в розмірах заробітної плати та працевлаштування певного відсотка соціально вразливих груп населення.

1	2	3
Словаччина	«Закон про соціальну економіку та соціальне підприємництво» (2018 р.)	Соціальні підприємства можуть обирати різноманітні правові форми, такі як Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), громадські об'єднання, громадські організації і кооперативи, і повинні відповідати критеріям, прописаним у законі. Соціальні підприємства, що відповідають усім переліченим законодавчим умовам, можуть отримати статус «zareєстрованого соціального підприємства», що є передумовою для отримання різноманітних заходів підтримки з боку держави, таких як фінансові та компенсаторні механізми.
Литва	«Концепція щодо соціального підприємництва», «Керівні принципи для проєктів соціальних підприємств» (2015 р.), «Закон про соціальне підприємництво» (2004 р., 2019 р.)	Концепція визначила новий підхід до розуміння соціального підприємництва, а Керівні принципи роз'яснили та деталізували моделі та критерії функціонування соціальних підприємств. В Литві соціальні підприємства можуть приймати форму як комерційних, так і некомерційних юридичних осіб. Закон про управління, використання та розпорядження державною та муніципальною власністю надає всім видам соціальних підприємств можливість отримання державної та муніципальної власності (приміщення) для користування та управління ними безкоштовно, на правах тимчасової оренди. Крім того, соціальні підприємства звільняються від оподаткування нерухомості.

Особливістю Данії є тісна співпраця соціальних підприємців з органами місцевого самоврядування. Їхні проєкти часто входять до стратегії розвитку міст, а самі підприємці активно беруть участь у формуванні місцевої політики.

У Фінляндії, Закон про соціальні підприємства, прийнятий у 2003 році, визнає ці підприємства ринково орієнтованими кооперативами, спрямованими на працевлаштування інвалідів та безробітних [55; 59]. Унікальністю фінського законодавства є те, що безробітні можуть засновувати кооперативи та брати в них участь, не втрачаючи допомоги з безробіття.

У Франції, згідно з Законом від 31 липня 2014 р. № 2014-856, компанії солідарної соціальної корисності (ESUS) отримують статус лише тоді, коли вони відповідають певним критеріям:

- Основною метою організації повинно бути задоволення соціальних потреб.

- Соціальний аспект роботи організації повинен переважати, зокрема, принаймні 66% операційних витрат повинні бути пов'язані із соціальною діяльністю за останні три фінансові роки.

- Середній розмір зарплати п'яти найвищеоплачуваних працівників або керівників не повинен перевищувати семикратний розмір мінімальної зарплати, і максимальна зарплата в компанії не повинна перевищувати десятикратний розмір мінімальної зарплати.

- Організація не може торгувати акціями на фондових ринках (не може бути публічним акціонерним товариством) [3; 16].

Статус соціального підприємства може бути надано різним фірмам і компаніям. У 2002 році соціальні підприємства Великобританії отримали законодавчу підтримку. Згідно із Законом про соціальні підприємства (2002), такі підприємства повинні переважно присвячувати себе соціальним цілям, спрямовуючи отриманий прибуток на розвиток власної справи або на загальний розвиток суспільства, а не на максимізацію прибутку власників. Закон також встановлює, що приблизно половина їхнього прибутку має бути здобута від продажу товарів і надання послуг [4; 38; 43]. У 2005 році був прийнятий Закон № 1788 «Про регулювання діяльності компаній суспільного інтересу» (Community Interest Company). Ці компанії віднесені до некомерційних організацій і повинні працювати на користь конкретної місцевої спільноти.

Унікальність підходу Великобританії полягає в тому, що соціальне підприємництво розглядається як «третій шлях», що поєднує соціальну справедливість та економічну динаміку. Тут соціальне підприємництво входить в політичний дискурс і регулюється законодавством. Серед форм

соціального підприємництва переважають традиційні кооперативи, соціальні спілки, об'єднання з працевлаштування, організації в галузі охорони здоров'я та соціального захисту, бізнес-спільноти для освітніх послуг, соціальні бізнеси, що працевлаштовують осіб з інвалідністю, організації житлового господарства.

У Польщі до недавнього часу був відсутній єдиний законодавчий акт, який регулював би сферу соціального підприємництва. Тим не менше, були вжиті певні заходи щодо юридичного закріплення соціальних підприємств. Зокрема, у Національній програмі розвитку соціальної економіки, прийнятій Радою Міністрів у 2014 році, соціальні підприємства розглядаються як підприємства будь-якої організаційно-правової форми, що відповідають певним критеріям. Зокрема, вони здійснюють ринкову діяльність, мають щонайменше 30% працівників із числа соціально незахищених осіб, демократичне управління, обмеження розподілу прибутку та передбачають обмеження розриву в розмірах заробітної плати.

Поняття «соціальні підприємства» визначено Законом про соціальні підприємства та підтримку соціального господарства, який був розроблений Міністерством сім'ї, праці та соціальної політики у 2017 році. Закон встановлює, що статус соціального підприємства можуть отримати організації незалежно від їхньої юридичної форми, за умови відповідності певним критеріям, таким як основна спрямованість на надання соціальних та професійних послуг соціально незахищеним групам населення, обмеження розподілу прибутку та обов'язковий реінвестування щонайменше 30% прибутку в соціальну та професійну реінтеграцію. Додатково, встановлені вимоги до демократичного управління, обмеження розриву в розмірах заробітної плати та працевлаштування певного відсотка соціально вразливих груп населення.

Перше визначення соціального підприємництва з'явилося в словацькій законодавчій базі в 2008 році, одночасно з внесенням змін до Закону про службу зайнятості 5/2004. По історичній перспективі, відповідно до Закону

5/2004 про службу зайнятості, що діяв у період між 2008 і 2015 роками, соціальним підприємством могла бути як юридична особа, так і фізична особа-підприємець, яка відповідала наступним критеріям:

1. Принаймні 30% робочої сили повинні бути представлені особами з соціально незахищених груп населення, таких як випускники віком до 26 років без досвіду роботи, громадяни Словаччини старше 50 років, громадяни Словаччини, зареєстровані понад 12 місяців у реєстрі безробітних, особи з освітою нижче середньої, іноземні громадяни, яким надано притулок, дорослі, які проживають наодинці або піклуються про принаймні одну дитину, що навчається, громадяни з обмеженими можливостями;

2. Реінвестує принаймні 30% чистого прибутку, отриманого в результаті власної діяльності, у створення нових робочих місць або поліпшення умов праці;

3. Занесено до реєстру соціальних підприємств [10].

У 2018 році був ухвалений Закон про соціальну економіку та соціальне підприємництво [9], відповідно до якого соціальні підприємства можуть обирати різноманітні правові форми, такі як Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), громадські об'єднання, громадські організації і кооперативи, і повинні відповідати таким критеріям:

- Здійснювати господарську діяльність систематично, незалежно та на власну відповідальність.

- Головною метою є досягнення вимірюваного позитивного соціального впливу.

- Досягнення позитивного соціального впливу здійснюється через товари чи послуги, які виробляє, постачає, надає чи поширює підприємство.

- Понад 50% чистого прибутку використовується для досягнення основної (соціальної) мети.

- Частина прибутку розподіляється відповідно до процедур та правил, які не порушують основної (соціальної) мети.

- Зацікавлені сторони залучаються в управління економічною діяльністю підприємства.

Соціальні підприємства, що відповідають усім переліченим законодавчим умовам, можуть отримати статус «zareєстрованого соціального підприємства», що є передумовою для отримання різноманітних заходів підтримки з боку держави, таких як фінансові та компенсаторні механізми.

Закон про соціальну економіку та соціальне підприємництво 2018 року визначає податкові та фінансові пільги для соціальних підприємств. Серед них зниження ставки ПДВ до 10% для товарів і послуг, що надаються zareєстрованими соціальними підприємствами, які використовують 100% свого прибутку після оподаткування для досягнення своїх соціальних цілей. Також передбачено інвестиційну та компенсаційну допомогу, де суб'єкти соціального підприємництва можуть отримати безповоротну допомогу при фінансуванні принаймні 20% від загального бюджету інвестиційного плану компанії.

Закон Румунії, ухвалений у 2015 році, надає визначення соціального підприємництва та встановлює критерії для різних видів організацій, щоб отримати статус соціального підприємства. Серед них важливі аспекти, такі як приватна юридична особа, що надає перевагу соціальним цілям перед максимізацією прибутку, демократичне управління, добровільне об'єднання та виділення значної частки прибутку на соціальні цілі та статутний резерв. Закон також встановлює принципи соціальної справедливості у відносинах з працівниками, забезпечуючи справедливий рівень оплати праці та обмеження рівня заробітної плати між найнижчою та найвищою.

У Литві, в останні роки, розвиток соціального підприємництва відбувався у двох основних напрямках: соціальні підприємства трудової інтеграції (СПТІ) та інші види соціальних підприємств. Регулювання діяльності СПТІ було впроваджено на законодавчому рівні вже у 2004 році, надаючи їм спеціальний правовий статус, постійну фінансову підтримку, податкові пільги та інші переваги. З того часу кількість СПТІ та забезпечені

ними робочі місця, фінансовані державою, значно зросли, що викликало значне фінансове тягарі для країни.

У 2004 році Литва стала однією з перших нових країн-членів ЄС, яка ухвалила Закон про соціальні підприємства, спрямований на збереження робочих місць для людей з інвалідністю, які працювали на фабриках ще за часів радянської влади.

Суттєвий розвиток соціального підприємництва відбувся у 2014 році під час першого Саміту з питань соціальних підприємств, що визначив передумови для концепції соціального бізнесу. У 2015 році за ініціативою Європейської Комісії з соціального бізнесу Міністерство економіки Литви затвердило «Концепцію щодо соціального підприємництва» та «Керівні принципи для проєктів соціальних підприємств». Концепція визначила новий підхід до розуміння соціального підприємництва, а Керівні принципи роз'яснили та деталізували моделі та критерії функціонування соціальних підприємств. У 2019 році в Литві в Парламенті розпочалися слухання щодо проєкту спеціального Закону про соціальне підприємництво [60; 61].

В Литві соціальні підприємства можуть приймати форму як комерційних, так і некомерційних юридичних осіб, охоплюючи два основних типи:

- Соціальні підприємства трудової інтеграції (СПТІ);
- Публічні організації, асоціації та фонди, які отримують ринковий дохід і не визнаються СПТІ.

Діяльність СПТІ регулюється Законом про соціальні підприємства, що був прийнятий у 2004 році. Зазначений закон розрізняє два види СПТІ:

1. Соціальні підприємства, де щонайменше 40% працівників належать до різних груп, які визначені як цільові для місії трудової інтеграції підприємства;
2. Соціальні підприємства для людей з обмеженими можливостями, де щонайменше 50% працівників належать до цієї конкретної цільової групи.

Відповідно до Закону про податок на прибуток, доходи не вважаються комерційними, якщо вони реінвестуються у фінансування діяльності, спрямованої на суспільні потреби. Згідно з Законом про податок на додану вартість, податок на додану вартість не обкладається на доходи, отримані внаслідок надання послуг у суспільних інтересах, таких як охорона здоров'я, освіта, культура, фізична культура та спорт.

Закон про управління, використання та розпорядження державною та муніципальною власністю надає всім видам соціальних підприємств можливість отримання державної та муніципальної власності (приміщення) для користування та управління ними безкоштовно, на правах тимчасової оренди. Крім того, соціальні підприємства звільняються від оподаткування нерухомості.

Важливо відзначити, що не в усіх країнах законодавство надає соціальному підприємництву статус юридичної особи з особливими привілеями.

Отже, в умовах трансформаційних змін у суспільстві ефективно вирішення соціально-економічних викликів, що стоять перед державою, неможливе без розвитку соціального підприємництва. Формування та просування соціального підприємництва в Україні визнається ключовим елементом переходу до нової інноваційної моделі економічного зростання. Наразі відсутність юридичного визнання соціального підприємництва в країні становить значну перешкоду для його створення та отримання підтримки як від урядовців і фахівців, так і за допомогою податкового стимулювання.

При аналізі досвіду нормативно-правового регулювання соціального підприємництва в розвинених країнах, адаптація цього досвіду до українських реалій виявляється корисною. Україна може взяти на озброєння досвід розробки нормативно-правових основ розвитку соціального підприємництва, зокрема шляхом адаптації досвіду Італії. Ця країна вже сформувала основну базу для функціонування соціального підприємництва і

перебуває на шляху стрімкого зростання кількості соціальних підприємців. Також варто врахувати досвід Польщі та Румунії, де важливу роль у розвитку соціального підприємництва відіграють організації громадянського суспільства.

На сучасному етапі розвитку соціального підприємництва в Україні найбільш критичним є підвищення свідомості громадян та представників публічної влади щодо необхідності його існування. Це визначається як ключовий крок у вирішенні соціально-економічних проблем, що існують у країні.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОЇ ТА ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРАКТИКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1 Дослідження зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва

Розвиток соціального підприємництва як економічної інституції розпочався у 60-70-х роках ХХ століття. Наразі соціальне підприємництво здобуло популярність у всьому світі та приймає різноманітні форми. Всі визначні країни світу вже інтегрували цю форму підприємництва у соціально-економічну сферу. Соціальне підприємництво як засіб вирішення актуальних соціальних проблем стає важливим і для України. З метою успішного розвитку та реалізації соціальних підприємств, які тільки починають функціонувати в Україні, необхідно вивчити досвід країн, де сектор соціального підприємництва вже досить розвинутий.

Активізація розвитку соціального підприємництва в Європі (Великобританія, Польща, Італія та ін.), країнах Північної та Південної Америки (США, Канада, Бразилія), в Азійських країнах (Південна Корея, Японія, Тайвань) припадає на 90-ті роки минулого століття. Проте до цього часу результати їх діяльності не є об'єктом офіційної статистики жодної країни. Це пов'язано із невизначеністю статусу соціальних підприємств, широким спектром сфер і форм їхньої діяльності та різними підходами до розуміння їх сутності. Відсутність офіційної статистичної інформації про соціальні підприємства ускладнює аналіз стану та тенденцій розвитку цієї специфічної форми підприємницької діяльності. Інформаційна база нашого дослідження формується на основі узагальнення результатів спеціальних досліджень та обстежень соціальних підприємств, які проводилися за проектами міжнародних організацій і фондів, а також державних програм європейських країн з метою популяризації та висвітлення кращих практик соціального підприємництва.

Згідно інформації з зарубіжних видань, Італія та Великобританія лідирують за кількістю створених соціальних підприємств, досягаючи 320 000 та 283 800 підприємств (або, за іншими дослідженнями, навіть 875 555 підприємств). Це переважно пов'язано з активною державною політикою, спрямованою на підтримку соціального підприємництва.

Згідно з даними Європейської комісії [10; 14; 26], кількість соціальних підприємств у країнах Європейського Союзу різниться в залежності від їхнього розміру та економічного потенціалу (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Перелік країн ЄС за кількістю соціальних підприємств

Країна	Кількість соціальних підприємств (СП)
Італія	близько 320 000
Велика Британія	більше 100 000
Німеччина	близько 55 000
Франція	більше 30 000
Іспанія	більше 28 000
Бельгія	близько 11 000
Швеція	більше 10 000

У порівнянні з цим, кількість соціальних підприємств у США за результатами спеціальних досліджень становить приблизно 100 тисяч підприємств. Зазвичай ці підприємства характеризуються меншим обсягом виручки та чисельністю персоналу. За висновками Бена Торнлі, близько 90% таких підприємств здійснюють свою діяльність в США, а решта – за кордоном, переважно в країнах Африки та Азії, де соціальні проблеми є особливо актуальними.

Успішна реалізація соціальних проектів суттєво залежить від обсягу залучених інвестицій, оскільки вони виступають основним джерелом фінансування. За даними European Venture Philanthropy Association [9; 15], можна виділити топ-10 країн Європи за обсягом інвестицій у соціальне підприємництво на 2021 рік (рис. 2.1).

Аналіз наданих обсягів інвестицій вказує на значний інтерес до соціального підприємництва в Європі, що, в свою чергу, стимулює зростання кількості підприємств, що займаються цією сферою.

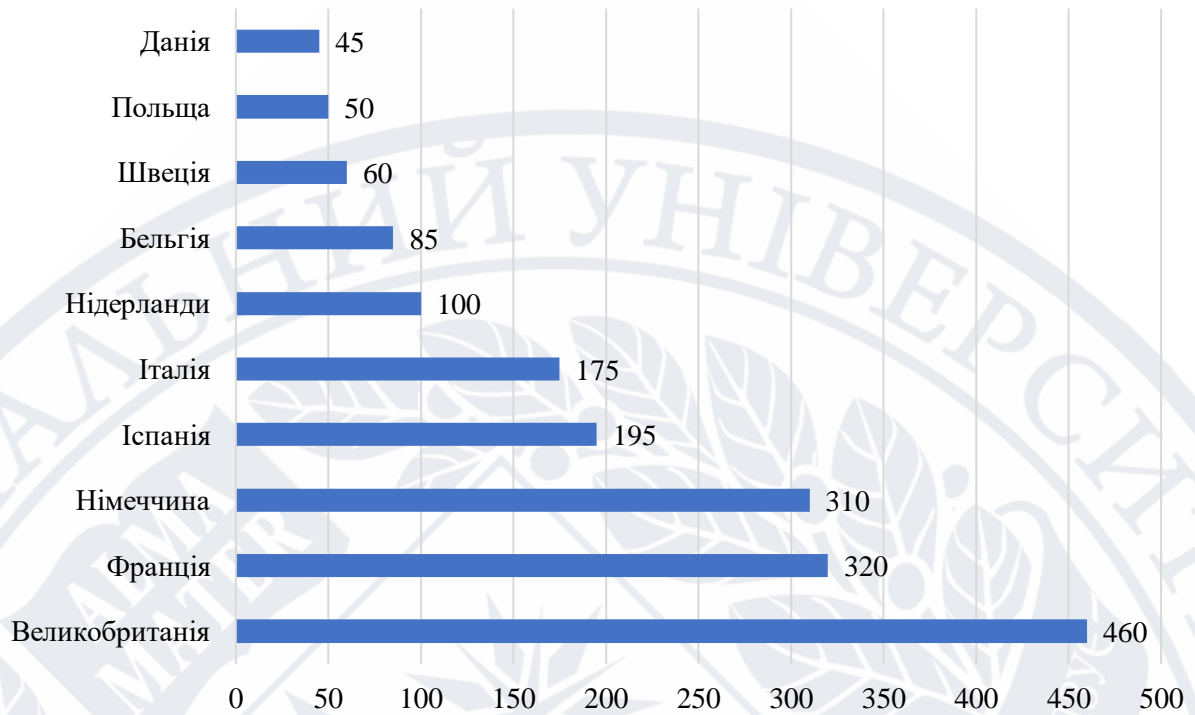


Рисунок 2.1 – Обсяг інвестицій у соціальне підприємництво в країнах Європи, млн. євро

Розглянемо більш детально яскраві приклади країн, де сфера соціального підприємництва розвинута (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Приклади соціального підприємництва у світі [59; 60; 61]

Країна походження / найменування підприємства	Вид економічної діяльності	Соціальна проблема та особливості соціального підприємництва
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Індія/Digital Green	Допомога фермерам в здобутті навичок ведення сільського господарства	Близько 53% населення Індії займається фермерською діяльністю, проте більшість з них зазнає великих труднощів через неефективну систему обміну досвідом у галузі сільського господарства. Соціальне підприємство планує вирішити цю проблему, пропонуючи онлайн-курси з сільського господарства. Кожен фермер може надіслати відео із корисними порадами та отримувати відповідні відеоролики від колег. Протягом наступних 3 років підприємство має на меті надати такі курси для близько 1 мільйона фермерів з 100 000 сіл Індії

Продовження табл. 2.2

1	2	3
Франція/1001 Fontaines	Поширення технології очищення води в усьому світі	Підприємство прагне досягти максимально ефективного та економічного очищення води, залучаючи місцеве населення до цього процесу. Шляхом підтримки малого підприємництва на місці та інформування щодо технологій очищення води, можна забезпечити доступ до чистої питної води за високо економічних умов. Крім того, підприємство спрямовує свою увагу на навчання населення правилам раціонального використання води. Протягом наступних 5 років «1001 Fontaines» планує надати можливість користуватися питною водою для одного мільйона людей, співпрацюючи з близько 250 малими підприємствами. Наразі діяльність підприємства розгорнута в Камбоджі, Мадагаскарі та Індії
Великобританія/Solar Aid	Забезпечення доступу до сонячного освітлення громадам Африки шляхом створення дистриб'юторської мережі з місцевими підприємцями	Більше 110 мільйонів домогосподарств у сільських районах Африки використовують газові лампи, що видають шкідливий дим та споживають до 20% доходу сім'ї. Встановлено, що вартість сонячних ламп, оснащених сонячними батареями за 5 фунтів стерлінгів, забезпечить одній родині енергією протягом 5 років. Ця вартість становить лише 2% від витрат на газ. «Solar Aid» співпрацює з підприємцями в Танзанії для створення сонячного концентратора для їхніх спільнот, забезпечуючи доступне та екологічно чисте освітлення і створюючи можливості для зайнятості. За три роки сонячне освітлення буде надано для 112 мільйонів людей, що призведе до економії 196 мільйонів фунтів стерлінгів доходів та зменшення частоти респіраторних захворювань у регіоні. "Solar Aid" прагне замінити газові лампи в Африці на світлодіодні найближчими роками

Продовження табл. 2.2

1	2	3
Бразилія/Instituto de Desenvolvimento Sustentavel Mamiraua	Виробництво та експлуатація машин для виготовлення льоду	Соціальний проект «Сонячні машини для виробництва льоду» реалізується соціальним підприємством з метою вирішення проблеми рибалок, які стикаються з недостатньою кількістю льоду для замороження власного улову та його транспортування до покупців у відповідних умовах. У рамках цього проекту планується створити 10 сонячних машин для виробництва льоду, які будуть працювати на сонячній енергії та приносити прибуток в середньому 12% для 100 родин рибалок. Протягом двох років команда підприємства надаватиме навчання для близько 10 000 осіб, щоб підвищити їхні навички та можливості використання льоду, що в результаті сприятиме збільшенню їхнього доходу
Австралія/Engineers without borders (EWB) Australia	Встановлення спеціально спроектованих біотуалетів, що розкладають відходи	Соціальне підприємство вирішує проблему санітарії, особливо актуальну для тих, хто проживає в місцевостях з постійними повеннями. Туалети, розроблені цим підприємством, відрізняються легкістю та герметичністю, завдяки чому вони перешкоджають потраплянню відходів у водні потоки. Будівництво таких туалетів є ефективним та можливим з використанням простих засобів. «EWB» акцентує увагу на тому, що знання техніки та інженерії має бути доступним для всіх, незалежно від соціального та фінансового статусу. Це підприємство стало переможцем проекту «Google Impact Challenge Australia»

Цікавим у дослідженні зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва є вивчення діяльності фонду Ашока. Фонд «Ашока» є міжнародною неприбутковою організацією, яка активно підтримує соціальні підприємства по всьому світу. Ця організація є найбільшою світовою мережею соціальних підприємств і об'єднує понад 3 тисячі стипендіатів із 70

країн. Заснована 3 червня 1980 року Біллом Дрейтоном, колишнім консультантом McKinsey & Company.

Фонд «Ашока» діє в трьох основних напрямках:

1. Підтримка провідних соціальних підприємств: на ранніх етапах розвитку фонд надає фінансову підтримку соціальним підприємствам та включає їх до світової асоціації стипендіатів фонду «Ашока».

2. Надання освітніх ресурсів молодим соціальним підприємцям: програми, такі як Youth Venture, LeadYoung і Start Empathy, створені фондом, сприяють розвитку навичок соціального підприємництва серед молоді по всьому світу, сприяючи вирішенню соціальних проблем бізнес-методами.

3. Підтримка міжнародного руху змінотворців: фонд співпрацює з університетами, школами, громадськими організаціями, засобами масової інформації та лідерами думок, сприяючи вихованню нового покоління змінотворців. Програми, такі як AshokaU, Changemakers.com, Changemaker Schools, Social Financial Services, Team of Teams, LeadYoung і Start Empathy, спрямовані на розвиток цього напрямку діяльності.

Важливою інформацією, що відображає сучасний стан соціального підприємництва у світі, є щорічні звіти фонду Ашока. Ця організація вважається однією з найбільш відомих у світі, яка надає підтримку та робить відомою діяльність соціальних підприємців. Протягом 30 років своєї діяльності фонд Ашока підтримав більше 3000 соціальних підприємців у 70 країнах світу. Таким чином, ці дані свідчать про тенденцію збільшення кількості соціальних підприємств у останні роки, при цьому у деяких країнах темпи росту сектору соціального підприємництва перевищують темпи росту комерційних підприємств. Важливо відзначити, що соціальні підприємства, зазвичай, є малими або, у деяких випадках, мікропідприємствами, і вони активно сприяють зайнятості, особливо серед вразливих верств населення.

Для соціальних підприємств характерно широкий спектр діяльності, що охоплює надання соціальних послуг, працевлаштування осіб з особливими потребами, а також забезпечення житловими умовами. Згідно з результатами

дослідження проекту SELUSI, який охопив понад 600 соціальних підприємств в Європі, були визначені основні сфери їх діяльності [28; 50]:

- Соціальні послуги – 16,7%;
- Працевлаштування та навчання – 14,88%;
- Охорона довкілля – 14,52%;
- Освіта – 14,52%;
- Економічний, соціальний розвиток та розвиток громади – 14,34%;
- Культура, мистецтво та відпочинок – 7,08%;
- Охорона здоров'я – 6,9%;
- Забезпечення житлом – 2,72%;
- Бізнес-асоціації – 2%;
- Законодавство, пропаганда та політика – 1,63%;
- Інші – 4,72%.

Наприклад, в Румунії та Угорщині соціальні підприємства активно працюють у сферах охорони здоров'я, соціальної роботи та освіти. У Швеції та Великобританії переважно поширені підприємства, що надають комунальні та соціальні послуги. В Італії соціальні підприємства активні у сферах робочої інтеграції та соціального забезпечення. Соціальні підприємства в США переважно заангажовані у сфері послуг, таких як допомога при стихійних лихах, охорона здоров'я, боротьба з безпритульністю, подолання бідності, імміграція, захист цивільних і громадянських прав, а також спорт і відпочинок. Менше кількість соціальних підприємств створено в сферах економічного розвитку громади, медико-біологічної сфери, засобів масової інформації та комунікацій.

Так, здійснений аналіз вказує на те, що сектор соціальних підприємств демонструє збільшення своєї ролі та темпів росту. Це виявляється у збільшенні їх кількості, зайнятих працівників та обсягу доходів, отриманих від реалізації результатів їхньої діяльності.

2.2 Аналіз діяльності вітчизняних соціальних підприємств

Соціальне підприємництво представляє собою форму підприємництва, орієнтовану на вирішення соціальних проблем, які загрожують благополуччю та розвитку громади. У соціальних підприємств дві рівнозначні цілі: доходи та соціальна користь. Головна мета соціальних підприємств полягає в розв'язанні соціальних викликів, таких як безробіття, соціальне виключення, екологічні проблеми тощо, при цьому здобувати прибуток для фінансування своєї діяльності. Цей тип підприємництва набуває все більшої популярності в усьому світі, включаючи Україну.

Досягнення місії соціальних підприємств може виявлятися в різних напрямках, таких як продаж товарів власного виробництва, підтримка різноманітних проектів (соціальних, культурних, спортивних) та працевлаштування представників незахищених верств населення. В цьому контексті одне підприємство може виконувати різноманітні види діяльності одночасно (рис. 2.2).

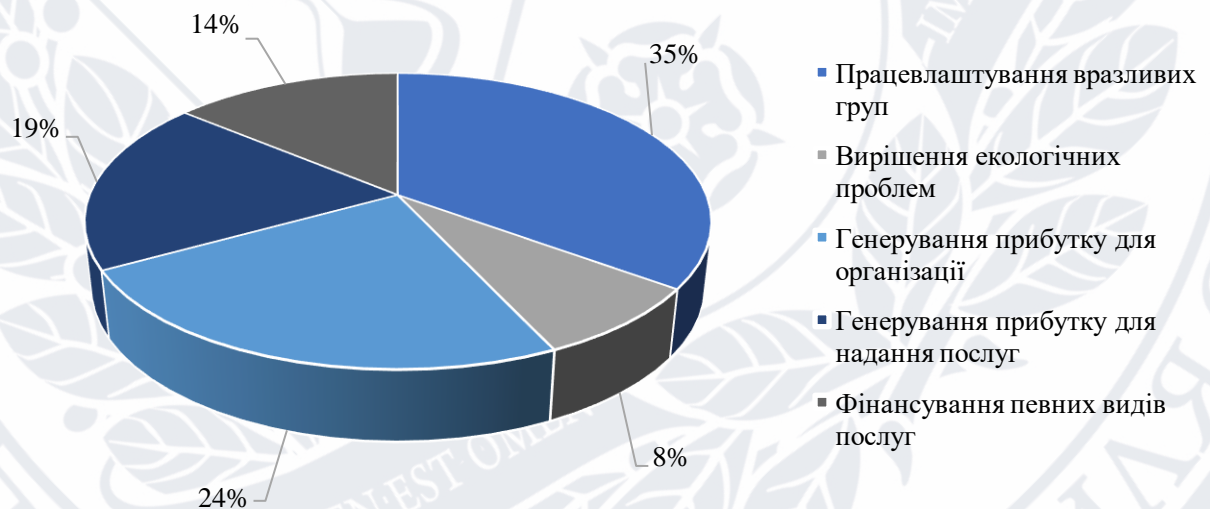


Рисунок 2.2 – Основні види діяльності соціальних підприємств в Україні

Зростання зацікавленості у соціальному підприємстві можна пояснити кількома чинниками [29; 34]:

1. Визнання бізнесом своєї ролі у вирішенні соціальних проблем. Сучасне сприйняття передбачає, що відповідальність за соціальну підтримку

несе не лише держава, а й бізнес, який має активно сприяти вирішенню соціальних викликів.

2. Потреба у новаціях. Соціальне підприємництво часто впроваджує інноваційні технології, продукти та послуги, спрямовані на розв'язання соціальних проблем та покращення якості життя.

3. Збільшення зацікавленості громадськості у соціальних питаннях. Зростання соціальної активності людей та розширення числа неприбуткових організацій, що працюють над вирішенням соціальних проблем, призвело до збільшення інтересу до соціального підприємництва.

4. Підтримка держави та міжнародних організацій. Уряди багатьох країн та міжнародні організації активно підтримують соціальне підприємництво, що сприяє його зростанню.

Враховуючи широку популярність соціального підприємництва у всьому світі, важливо розглянути переваги та недоліки зайняття бізнесом соціального спрямування, які представлені у табл. 2.3 [27; 38].

Таблиця 2.3 – Переваги та недоліки соціального підприємництва

Переваги	Недоліки
<p>1. Розв'язання суспільних викликів: соціальні підприємства фокусуються на вирішенні суспільних проблем та поліпшенні якості життя людей.</p> <p>2. Необхідність для спільноти: соціальні підприємства є важливими для громади, надаючи робочі місця та забезпечуючи соціальні послуги, які є ключовими для розвитку спільноти.</p> <p>3. Інноваційні підходи: соціальні підприємства часто використовують нові технології та інноваційні стратегії, що дозволяє їм створювати новаторські рішення для суспільних проблем.</p> <p>4. Підвищення соціальної свідомості: соціальні підприємства взаємодіють з громадою, підвищуючи її свідомість та залучаючи людей до вирішення суспільних викликів.</p>	<p>1. Фінансові труднощі: соціальні підприємства часто стикаються з фінансовими викликами, оскільки їхні ресурси залежать від соціальних інвестицій та фінансової підтримки.</p> <p>2. Жорстка конкуренція: соціальні підприємства опиняються в умовах сектору, що відрізняється значною конкурентною боротьбою, особливо на місцевому рівні.</p> <p>3. Невизначеність: для багатьох людей невідомо, що означає соціальне підприємництво та вони не розуміють його значення та вагомість.</p> <p>4. Складність оцінки: соціальний вплив соціальних підприємств не завжди можна чітко виміряти, що ускладнює оцінку їхньої успішності та ефективності.</p>

Для порівняння стану соціального підприємництва в різних країнах або регіонах можна використовувати різноманітні статистичні дані. Важливими показниками є:

1. Кількість соціальних підприємств: визначає рівень розвиненості соціального підприємництва в окремих країнах.
2. Обсяг інвестицій у соціальне підприємництво: вказує на глибину підтримки з боку держави, бізнесу та інших організацій.
3. Кількість працівників у соціальних підприємствах: відображає вплив соціального підприємництва на зайнятість та розвиток суспільства.
4. Кількість осіб, які отримали користь від соціальних підприємств: демонструє успішність вирішення соціальних проблем і поліпшення якості життя.
5. Результати діяльності соціального підприємництва: оцінка ефективності різних соціальних проектів та ініціатив.

Оцінка соціального ефекту є важливим завданням, оскільки ці ефекти можуть бути різноманітні та складні для оцінки. Проте, деякі країни вже визначаються високою соціальною ефективністю від впровадження проектів та бізнесу соціальної спрямованості. Серед лідерів у цьому напрямку виділяються Велика Британія, Франція, Італія, Канада та Нідерланди. Ці країни володіють розвинутою інфраструктурою соціального підприємництва, що сприяє покращенню соціальної стабільності та зменшенню ризику виникнення соціальних проблем.

Україна активно просуває соціальне підприємництво, особливо після Революції Гідності в 2014 році. Нижче наведено кілька характеристик, що виділяють Україну у цьому секторі [39; 48]:

1. Обширні можливості для розвитку: Україна володіє величезним потенціалом для розвитку соціального підприємництва, завдяки обширному ринку, низькій конкуренції та різноманіттю соціальних викликів, які потребують вирішення.

2. Підтримка держави: Україна активно сприяє соціальним підприємствам через фінансову підтримку, пільги та інші програми.

3. Активна громадськість: В Україні функціонує активна громадська спільнота, яка підтримує розвиток соціального підприємництва та створює сприятливе середовище для нових соціальних ініціатив.

4. Розвиток соціальних інновацій: Україна відзначається розвитком численних соціальних інновацій і нових технологій, які можуть бути застосовані для вирішення соціальних проблем.

5. Міжнародна підтримка: Україна отримує підтримку від міжнародних організацій та донорів, які сприяють розвитку соціального підприємництва в країні.

У цілому, Україна має значний потенціал для розвитку соціального підприємництва та запуску соціальних ініціатив, що можуть позитивно вплинути на життя людей та загальний розвиток країни.

Корисним може бути використання досвіду інших країн у впровадженні соціального підприємництва на різних рівнях. Україна може адаптувати цей досвід з країн Європи, зосереджуючись на таких аспектах:

1. Юридичний фреймворк: Багато країн Європи вже визначили спеціальний юридичний статус для соціальних підприємств, що гарантує їм правовий захист та чітко визначає їхні цілі та обов'язки. Зокрема, Україна може взяти на увагу приклади, такі як «Community Interest Company» у Великій Британії або «Société à Mission» у Франції.

2. Доступ до фінансування: Багато європейських країн надають соціальним підприємствам пільги у справах оподаткування, що сприяє їхньому залученню інвестицій та забезпечує фінансову стабільність. Програми, такі як «Social Impact Bond» в Нідерландах чи «Social Innovation Fund» в Ірландії, можуть бути корисними для України.

3. Розвиток екосистеми: Багато європейських країн активно розбудовують екосистему для соціального підприємництва, надаючи різноманітну підтримку, таку як консультації, навчання та доступ до

мережевих ресурсів. Ініціативи, наприклад, «Impact Hub» у Відні чи «Social Innovation Academy» в Швеції, можуть служити відмінними прикладами.

Україна вже має певний досвід у партнерствах між секторами у контексті соціального підприємництва, який може стати важливим для країн Європи. Наприклад, в Україні існують різноманітні ініціативи та програми, що передбачають співпрацю між державним сектором, бізнесом та громадськими організаціями.

Також український досвід партнерства між секторами може бути важливим для впровадження соціальних проектів. Наприклад, в Україні вже існують приклади співпраці між бізнесом та громадськими організаціями у реалізації соціальних ініціатив у сферах охорони здоров'я, освіти, культури та інших [40; 53]:

1. Соціальний проект «Теплі серця»: ця соціальна платформа спрямована на збір коштів та надання допомоги вимушеним переселенцям та людям, які постраждали від війни на сході України.
2. SocialBoost: соціальний акселератор, який надає фінансову та консультативну підтримку соціальним підприємствам в Україні.
3. Інкубатор соціальних інновацій Social Impact Hub: організація, що допомагає соціальним підприємцям у розвитку та залученні фінансових ресурсів для реалізації їхніх проектів.
4. Фонд «Світло надії»: благодійний фонд, який надає допомогу дітям з онкологічними захворюваннями та їхнім родинам. Фонд працює на засадах соціального підприємництва та повертає фінансові ресурси для розвитку своєї діяльності.

Соціальне підприємництво може відігравати ключову роль у післявоєнному відновленні України, сприяючи зайнятості, покращенню якості життя та соціальній інтеграції уразливих груп населення.

Однією з можливих стратегій соціального підприємництва під час подальшого відновлення може стати виробництво екологічно чистих товарів. Це не лише сприятиме зеленому розвитку, але й створить можливість

працевлаштування для тих, хто втратив роботу через вторгнення. Крім того, соціальні підприємства можуть створювати робочі місця для ветеранів або людей, які постраждали внаслідок війни, допомагаючи їм повернутися до нормального життя.

Ще одним потенційним напрямком є розвиток соціального підприємництва в сфері охорони здоров'я, що може забезпечити доступ до медичних послуг та ліків для бідних та вразливих верств населення.

У 2023 році в Україні можна виділити різні типи соціального підприємництва за їхнім соціальним спрямуванням (табл. 2.4) [41; 54].

Таблиця 2.4 – Типи соціального підприємництва за критерієм соціального спрямування в Україні

Типи соціального підприємництва за критерієм соціального спрямування	Приклади
Частина доходів інвестується на підтримку діяльності громадських організацій, соціальних або екологічних ініціатив	кафе-кондитерська Pan-Chocolatier, магазини «Шафа добра», ресторани Urban Space 100 та Urban Space 500, онлайн-платформа Мурахи, соціальна майстерня WoodLuck, благодійна лавка «Доброслон», центр ремесел «Дустан»
Працевлаштування представників вразливих груп населення	соціальна пекарня «Горіховий Дім», пекарня Good Bread from Good People, спільнота взаємодопомоги «Оселя», Veterano Pizza, Veterano Coffee, Veterano Brownie, Пекарня 21.3; Зелений Птах, лабораторія ресайклінгу Zelenew, манікюрний кабінет «Кульбабка»
Актуалізація та популяризація важливих соціальних проблем та сприяння їх вирішенню	онлайн-магазини Zero Waste, OZERO, Enactus Ukraine, веганське кафе Dogs Like Ducks

Соціальні підприємства також можуть забезпечувати доступ до освіти та підтримки розвитку малого бізнесу для людей, які були змушені залишити свої домівки та родини через конфлікт.

Загалом, соціальне підприємництво може виявитися ключовим інструментом для підтримки післявоєнного відновлення України, не лише забезпечуючи зайнятість та покращення якості життя, а й сприяючи соціальній стабільності та інтеграції уразливих груп населення.

Отже, впровадження соціального підприємництва є важливим кроком для розвитку будь-якої країни, оскільки це сприяє інноваційним рішенням соціальних проблем, створює нові робочі місця та зменшує безробіття. Також ці підприємства надають доступні послуги для громадян, розв'язують проблеми в освіті, охороні здоров'я та екології. При цьому соціальне підприємництво є важливим джерелом фінансування для проектів, які не можуть отримати підтримку з інших джерел. Таким чином, впровадження соціального підприємництва сприятиме не лише зміцненню економіки, а й покращить соціальний розвиток держави.

2.3 Оцінка факторів активізації та перешкод розвитку соціального підприємства

Соціальне підприємництво в Україні перебуває на етапі формування, яке визначається відсутністю розроблених нормативно-правових актів, регулюючих його діяльність та недостатньою підтримкою з боку держави, а також обмеженою активністю неприбуткових організацій. Популяризація соціального підприємництва вимагає вивчення зарубіжного досвіду, розробки належної законодавчої бази та формування теоретичних основ. Розвиток цього напрямку можливий лише в разі, якщо неприбуткові організації та клієнти соціальної роботи побачать реальну вигоду від підприємницької діяльності. Іншими словами, успішний розвиток соціального підприємництва буде досягнутий лише в тому випадку, коли зацікавлені сторони зрозуміють, що заробіток через підприємництво є більш вигідним та перспективним, ніж отримання грантів та соціальних виплат.

Крім того, існують фактори, які сприяють ефективному поширенню ідеї соціального підприємництва в Україні, включаючи досвід існуючих соціальних підприємств, підвищення кваліфікації персоналу неприбуткових організацій, грантову підтримку та впровадження механізмів соціального замовлення на рівні громад. Розвиток соціального підприємництва в Україні може приймати різноманітні сценарії, залежно від різноманітних факторів,

таких як соціальні умови, правове регулювання та економічні чинники, що можуть нести як позитивний, так і негативний вплив на розвиток соціального підприємництва (табл. 2.5) [28; 49].

Таблиця 2.5 – Фактори, які впливають на розвиток соціального підприємництва

Назва фактору	Негативний вплив на розвиток соціального підприємництва	Можливості для розвитку соціального підприємництва, зумовлені даним фактором
1	2	3
Економічна ситуація	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність ресурсів у державному бюджеті; - фінансування соціальної сфери за залишковим принципом 	<ul style="list-style-type: none"> - стимулює активізацію індивідів та спільнот для пошуку новаторських методів вирішення проблем; - дозволяє використовувати підходи бізнесу; - при створенні сприятливих умов для підприємницької діяльності на місцевому рівні може викликати значний вплив: зростання доходів місцевого бюджету, зменшення рівня безробіття та підвищення загального благополуччя громади; - залучає ресурси, які раніше залишалися невикористаними, такі як вразливі соціальні групи, виробничі і побутові відходи та інші
Законодавство	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність законодавства, яке регулює діяльність СП, визначає правові засади та державну підтримку 	<ul style="list-style-type: none"> - можливість вибору оптимальної організаційно-правової форми (ОПФ) для соціальних підприємств, яка враховує як аспекти бізнес-моделі, так і особливості оподаткування; - можливість громадським і благодійним організаціям займатися комерційною діяльністю, що підвищує їхню організаційну ефективність і стійкість
Наявність людських ресурсів	<ul style="list-style-type: none"> - страх додаткових витрат через безліч стереотипів, та через потребу створення універсального дизайну й адаптації робочих місць 	<ul style="list-style-type: none"> - можливість включення категорій, які не залучені в традиційний бізнес. Зокрема: <ul style="list-style-type: none"> люди з інвалідністю; внутрішньо-переміщені особи; постраждалі від збройних конфліктів; учасники військових дій; національні меншини;

Продовження табл. 2.5

1	2	3
		люди похилого віку; молодь з проблемами соціалізації; люди з важкими хронічними захворюваннями; люди, що вийшли з місць позбавлення волі; багатодітні родини
Споруди у власності громади	- багато будівель, які перебувають у власності громади, фактично не використовуються через жахливий стан	- можливість взяти на озброєння зарубіжний досвід та перетворити непрацюючі підприємства в офісні центри з працевлаштуванням представників уразливих груп населення, що приносять прибуток, спрямований на вирішення місцевих проблем
Зацікавленість великого бізнесу в аутсорсингу	- неготовність деяких видів бізнесу, закрити внутрішні, допоміжні підрозділи	- спостерігається тенденція зростання замовлень різноманітних послуг, таких як прибирання, транспортування, кур'єрська доставка, обслуговування оргтехніки і мереж, реклама і PR, організація подій, освітні послуги, бухгалтерський облік, виробництво компонентів тощо. Це сприяє розвитку малих підприємств; - компанії активно розглядають можливості заміни грантів стартапами, оскільки це дозволяє їм здійснювати аутсорсинг і одночасно вирішувати соціальні проблеми, що зменшує їхню залежність від наступних грантів
Лояльність споживачів до продукції СП	- байдужість незначної кількості споживачів до виробника	- можливість відчутти залученість до корисної ініціативи, і це можливо шляхом простого вчинку, такого як покупка необхідного товару чи послуги; - можливість сприяти формуванню більш освіченої культури споживання
Підтримка СП міжнародними фондами та організаціями	- відсутність прямих даних, щодо підтримки соціальних підприємств	- підтримка внутрішньо переміщених осіб за допомогою Програми Розвитку ООН; - допомога вимушеним переселенцям і громадам, постраждалим від конфліктів, від Міжнародної організації з міграції;

1	2	3
		- реалізація програм донорів для розвитку сільської місцевості, які включають елементи соціального підприємництва (Фонд «Монсанто», Міжнародний благодійний фонд «Добробут громад», Фонд «Східна Європа»)

Проведене дослідження дає змогу виокремити такі групи факторів активізації розвитку соціальних підприємств (рис.2.3).

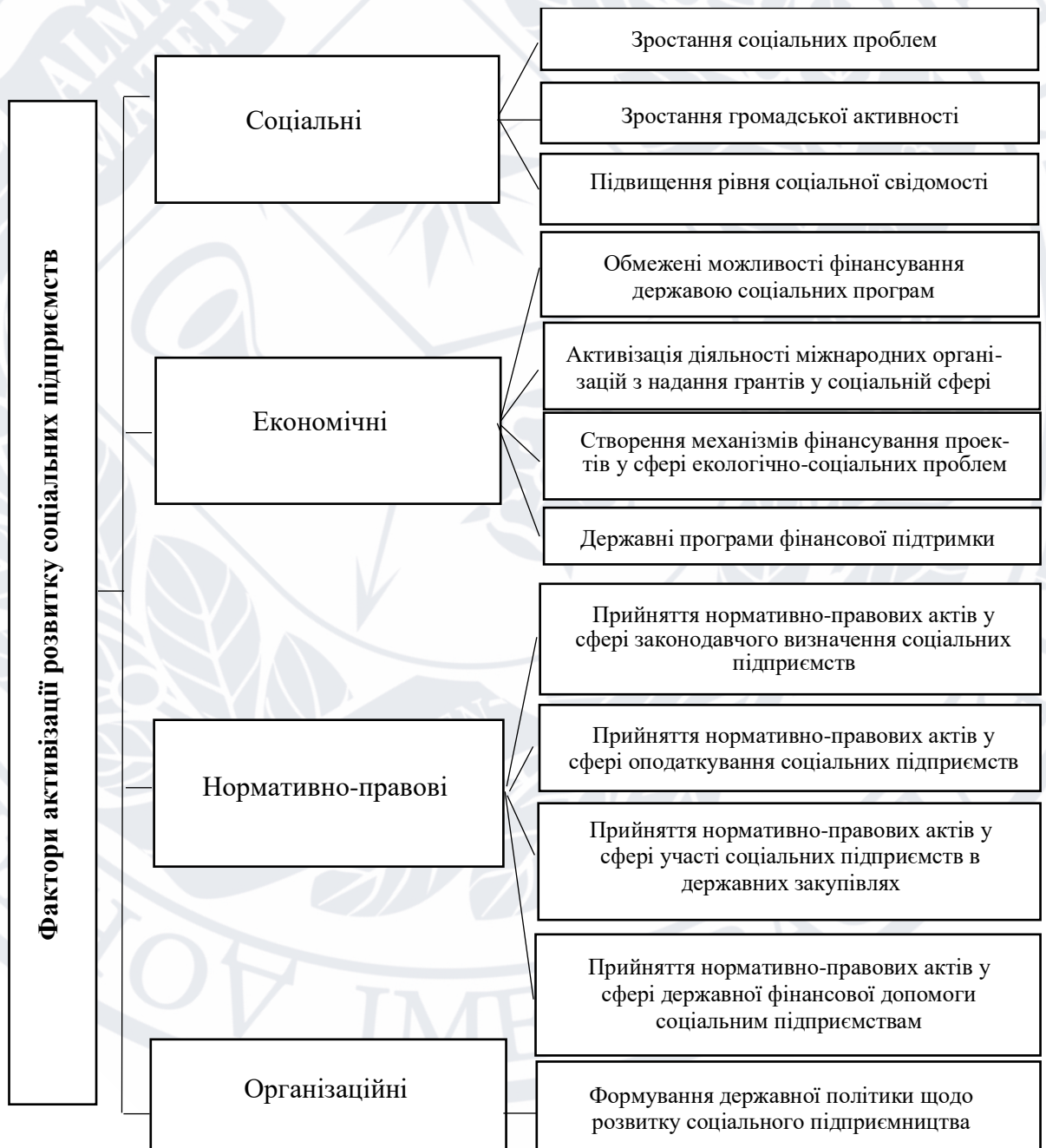


Рисунок 2.3 – Фактори інтенсифікації розвитку соціальних підприємств

Водночас існує ряд чинників, які гальмують розвиток соціальних підприємств. Аналіз міжнародної та внутрішньої практики їх діяльності дозволяє виділити зовнішні та внутрішні бар'єри, які перешкоджають розвитку цього сектору.

До зовнішніх бар'єрів відносяться законодавчі, економічні, соціальні та регулятивні обмеження. В Україні ключовими зовнішніми бар'єрами для соціальних підприємств є великі податки, високі витрати на отримання кредитів, низький рівень підтримки з боку держави та недостатня обізнаність громадськості. Щодо внутрішніх бар'єрів, основними для України є відсутність підприємницького досвіду та низька кваліфікація робітників.

Отже, розробка та впровадження ефективних механізмів створення та поширення соціальних підприємств стає важливим завданням. Ці механізми повинні базуватися на ідентифікованих факторах, що сприяють актуалізації діяльності соціальних підприємств.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1 Рекомендації щодо впровадження інструментів державного сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні

Рівень життя населення в країні істотно знизився, ускладнюючи забезпечення навіть базовими потребами для українців. Особливо це стосується внутрішньо переміщених осіб, які втратили не лише речі для життя, але й свої домівки. Забезпечення нових робочих місць, зменшення податкового тиску на робітників та акумулювання прибутку в соціальних підприємствах стає вкрай важливим у даному контексті. Розгляд можливості симбіозу проживання (житла) та праці може вирішити ці завдання.

В умовах воєнного стану соціальне підприємництво може виявити важливу роль у розв'язанні соціально-економічних проблем суспільних груп, сприяючи зниженню рівня соціальної напруженості в державі. Державне регулювання соціального підприємництва не лише може забезпечити деякі соціальні гарантії для населення (житло, працевлаштування, харчування), але й слугувати інструментом соціальної адаптації.

Соціальне підприємництво може ефективно вирішувати завдання, які залишаються поза можливостей держави та приватного сектора економіки. Наразі спостерігається розвиток фінансової та організаційно-інформаційної підтримки вітчизняного соціального підприємництва з боку держави та міжнародних організацій, що відкриває нові можливості для його розвитку в Україні [1; 46; 52].

Враховуючи позитивний досвід у країні та світовий досвід соціального підприємництва, ефективна державна політика регулювання, особливо у воєнний період, може стати джерелом фінансових та інтелектуальних ресурсів для активного відновлення держави після конфлікту. Враховуючи це, важливо вдосконалити систему державного регулювання соціального

підприємництва для його подальшого розвитку. Таким чином, визначимо стратегічні напрями розвитку соціального підприємництва, які потребують дієвого механізму державного регулювання вже зараз.

Відновлення соціального підприємництва в Україні передбачає наступні етапи: збереження людського потенціалу, гуманітарну допомогу, відновлення інфраструктури, інвестиції та створення робочих місць, модернізацію виробничих процесів та оптимізацію технологічних процедур, а також проведення інституційних реформ. Алгоритм відновлення соціального підприємництва в Україні представлений на рис. 3.1.

Рекомендації для першого етапу відновлення соціального підприємництва включають заходи, спрямовані на збереження робочих місць та активного персоналу. На цьому етапі важливо гармонізувати економічні заходи в умовах воєнного стану з ризиками безпечної діяльності. Передусім у прифронтових областях необхідно забезпечити гуманітарну допомогу, включаючи ліки, продукти та паливо, а також вирішувати питання щодо підтримки зв'язку з іншими регіонами. В областях, де можливо безпечно працювати, акцент слід зробити на технічній та інфраструктурній реконструкції. Також рекомендується активно розробляти програми підтримки малого та середнього бізнесу, соціального підприємництва та забезпечення працевлаштування персоналу [4; 17].

На першому етапі, пропонується створювати комітети, робочі групи та ради для подальшої роботи над відбудовою країни. Важливим є визначення зобов'язань та компетенцій, закріплення юридичного статусу соціальних підприємців та визначення джерел фінансування та підтримки підприємців.

На першому етапі, на який рекомендується відвести від тижня до одного місяця, фокус слід зробити на оперативних заходах. На другому етапі, що може тривати до шести місяців, пріоритет повинен бути наданням гуманітарної допомоги працюючим і відновленні діяльності соціальних підприємств, що забезпечують найважливіші суспільні блага. Збільшення фінансування на цьому етапі слід спрямовувати на відновлення житла та

забезпечення його благоустрою, включаючи водопостачання та опалення. Пізніше слід реконструювати дороги та лінії зв'язку, забезпечуючи логістичні зв'язки для постачання та збуту соціальних підприємств.

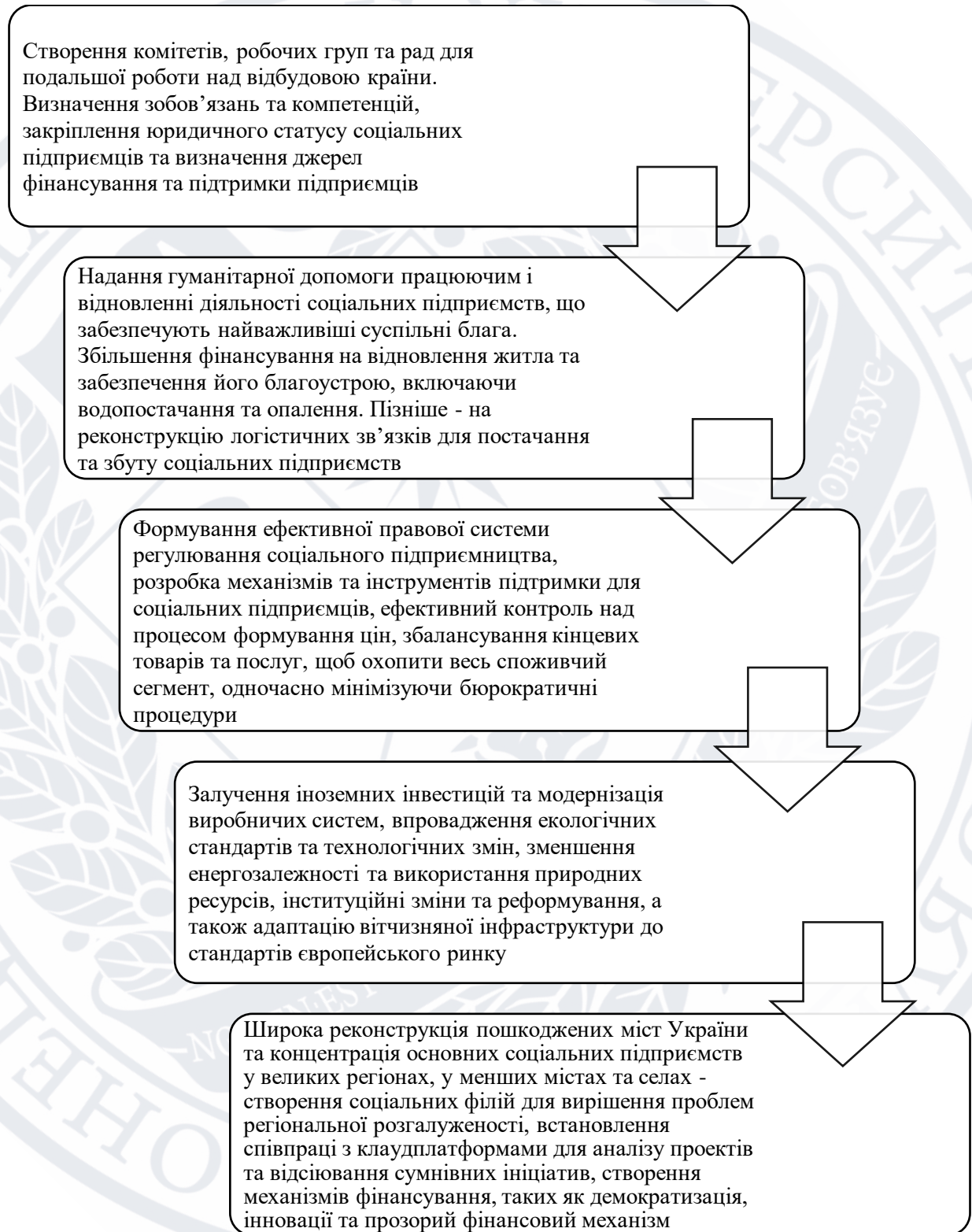


Рисунок 3.1 – Алгоритм відновлення соціального підприємництва в Україні

Третій етап, який може тривати від шести місяців до двох років, слід покласти під державний контроль. На цьому етапі важливо формувати ефективну правову систему регулювання соціального підприємництва, розробляти механізми та інструменти підтримки для цих підприємців. Уряд країни має вирішальне значення, оскільки цей етап стосується відновлення економічної системи в цілому. Від нього залежить полегшення умов для соціальних підприємців, включаючи зменшення адміністративного тиску, оскільки традиційні бізнеси почнуть активно взаємодіяти.

На цьому етапі слід встановити ефективний контроль над процесом формування цін, щоб уникнути загрози «душіння» соціальних підприємців традиційним бізнесом, які не прислідують мету отримання прибутку та мають менший вплив на ринкову інфраструктуру та споживачів. Важливо збалансувати кінцеві товари та послуги, щоб охопити весь споживчий сегмент, одночасно мінімізуючи бюрократичні процедури та подібні аспекти.

Щодо четвертої стадії, яка передбачає тривалість в середньому 3–5 років, важливо зосередитися на залученні іноземних інвестицій та модернізації виробничих систем, впровадженні екологічних стандартів та технологічних змін. Це також означає інституційні зміни та реформування, а також адаптацію вітчизняної інфраструктури до стандартів європейського ринку. У глобальному плані, важливо врахувати питання зменшення енергозалежності та використання природних ресурсів. Зокрема, це може вирішити демографічні проблеми та допомогти поверненню евакуйованих осіб до своїх осель [5; 21].

Також на цьому етапі та в подальшому пропонується широка реконструкція пошкоджених міст України та концентрація основних соціальних підприємств у великих регіонах. У менших містах та селах слід створювати соціальні філії для вирішення проблем регіональної розгалуженості. Важливо встановити співпрацю з клаудплатформами для аналізу проектів та відсіювання сумнівних ініціатив. Необхідно звертати увагу на зменшення енергозалежності та створення механізмів фінансування,

таких як демократизація, інновації та прозорий фінансовий механізм [1; 13; 44].

Навіть у складний період відновлення для соціальних підприємців особливо важливо подбати про заохочення, мотивацію та освіту персоналу на всіх етапах відбудови. Поза межами вітчизняних освітніх систем і центрів, рекомендується залучати персонал із закордонних університетів та міжнародних організацій, зосереджуючи їх на соціальному підприємстві. Це не лише сприятиме концентрації ресурсів у визначених галузях, але й дозволить залучити іноземний досвід у сфері соціального підприємництва.

У галузі соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу держава застосовує ті ж методи державного регулювання, що й при загальному регулюванні підприємництва. Прямі методи базуються безпосередньо на використанні нормативно-правових актів; непрямі використовують різні економічні та фінансові важелі (оподаткування, кредитування, надання пільг і т. д.) [12; 16]. Класифікація методів державного регулювання за змістом включає нормативно-правові, адміністративні та економічні (включаючи фінансові) методи.

За результатами дослідження, можна визначити широкий спектр інструментів фінансово-кредитної підтримки для розвитку соціальних підприємств (рис. 3.2). Ефективне використання цих інструментів передбачає необхідність розробки відповідних механізмів.

У контексті кризи важливо зосередитися на аспектах, що є ключовими для виживання бізнесу. Консолідація зусиль необхідна для мінімізації негативних наслідків економічної кризи та запобігання закриттю соціальних підприємств. У цьому контексті Українська соціальна академія надає підтримку соціальним підприємцям, організовуючи безкоштовні освітні курси для понад ста осіб. Ці курси охоплюють такі теми, як створення соціального бізнесу, адаптація до нових економічних умов, розробка ефективної стратегії продажів та розвитку бізнесу. Головна мета – навчити не здаватися, боротися з тимчасовими труднощами.



Рисунок 3.2 – Інструменти фінансово-кредитної підтримки соціальних підприємств в Україні

На сьогоднішній день, основні проблеми, викликані війною, включають витрати на утримання персоналу, комплектування сховищ, транспортування працівників, а також проблеми із сплатою орендних платежів, враховуючи скорочення виробництва і труднощі зі збутом, що призводять до відсутності оборотних коштів. Підтримка соціального бізнесу здебільшого здійснюється органами місцевого самоврядування шляхом участі в програмах підтримки середнього та малого бізнесу [10].

Значна частина труднощів, що виникають у соціального підприємництва на сьогодні, фокусується навколо урядового втручання.

Швидкість та масштаб відновлення соціального підприємництва в Україні буде залежати від ефективності державних механізмів та програм підтримки. Однак події, які відбуваються зараз, можуть відкрити унікальні можливості для інституційної трансформації в країні. Згідно з представленими етапами відбудови, Україна може отримати сучасну інфраструктуру та модернізацію виробничих систем у соціальному підприємстві, а також привабити іноземні інвестиції. Питання підтримки соціального підприємництва негосподарськими організаціями в Україні та за кордоном залишається актуальним для подальших досліджень.

3.2 Пропозиції щодо розробки методики оцінки привабливості соціального підприємництва

Привабливість соціального підприємництва визначається глобальними тенденціями у розвитку суспільно-економічних відносин. Довгий час домінуюча концепція неолібералізму в багатьох країнах світу розглядає будь-яку соціальну взаємодію як комерційну угоду, що сприяє великому капіталу та формує етичні та моральні установки, спрямовані на максимізацію прибутку. Це негативно впливає на вирішення питань соціальної справедливості, екології та визначення моральних пріоритетів.

У цьому контексті виникає необхідність перегляду чи повної заміни концепції. Одним із напрямків є відновлення балансу між ринком, державою та громадянським суспільством. Це вимагає дослідження методологічних засад оцінки привабливості соціального підприємництва, яке об'єднує комерційний підхід та соціальну складову, спрямовану на пом'якшення впливу жорстких ринкових факторів.

Виходячи з існуючої теоретичної бази [5; 6; 7], можна визначити напрямки оцінки привабливості соціального підприємництва (рис. 3.3). Окрім традиційних аспектів, пропонується враховувати психологічні та освітні мотиви підприємців при оцінці привабливості цього явища, оскільки

ці аспекти є визначальними при прийнятті рішення щодо доцільності зайняття соціальним підприємництвом.

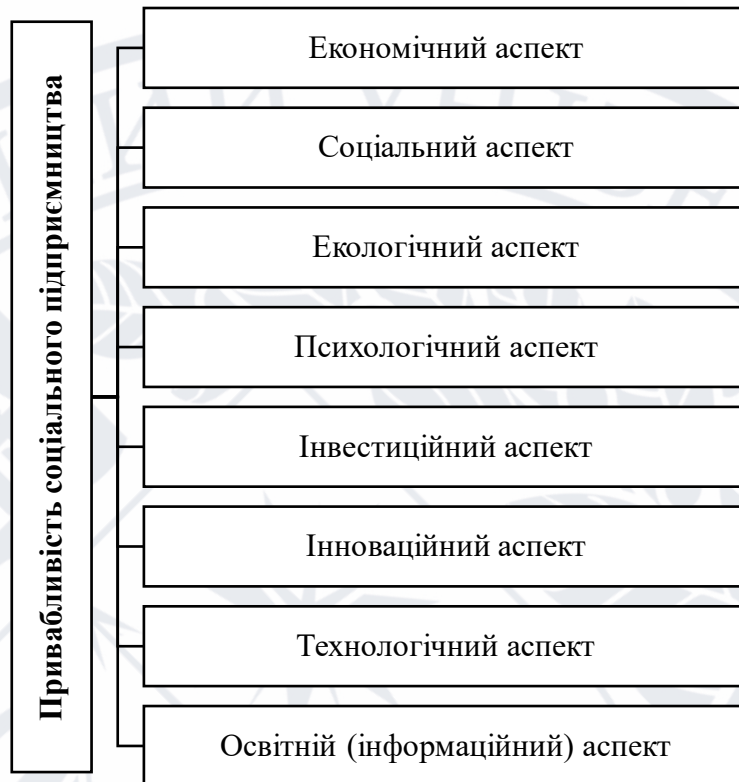


Рисунок 3.3 – Напрямки оцінки привабливості соціального підприємництва

Обґрунтування управлінських дій у процесі оцінки привабливості соціального підприємництва включає в себе ряд аспектів. Спершу, це стосується прийняття рішень щодо інвестування в цю сферу, визначення перспективних напрямків діяльності для конкретної сільської громади або території. Далі, це включає виділення факторів, які позитивно впливають на привабливість соціального підприємництва, розробку стратегій розвитку сільської громади та регіональних програм, а також оперативне управління через моніторинг ефективності соціального підприємництва [8].

Поняття діагностики в економіці взаємодіє з оцінкою та аналізом. Згідно з існуючими методичними розробками [8; 9; 10], для оцінки привабливості соціального підприємництва можна використовувати наступний алгоритм дослідження (рис. 3.4): визначення об'єкта (сфери)

соціальних ініціатив та загальна його оцінка; ідентифікація основних факторів, що впливають на соціальне підприємництво; оцінка впливу цих факторів; визначення показника привабливості для конкретного виду діяльності; розробка рекомендацій щодо доцільності фінансування та залучення інвестицій для розвитку пріоритетних напрямків соціального підприємництва; реалізація проекту та оцінка позитивних змін [9; 18].

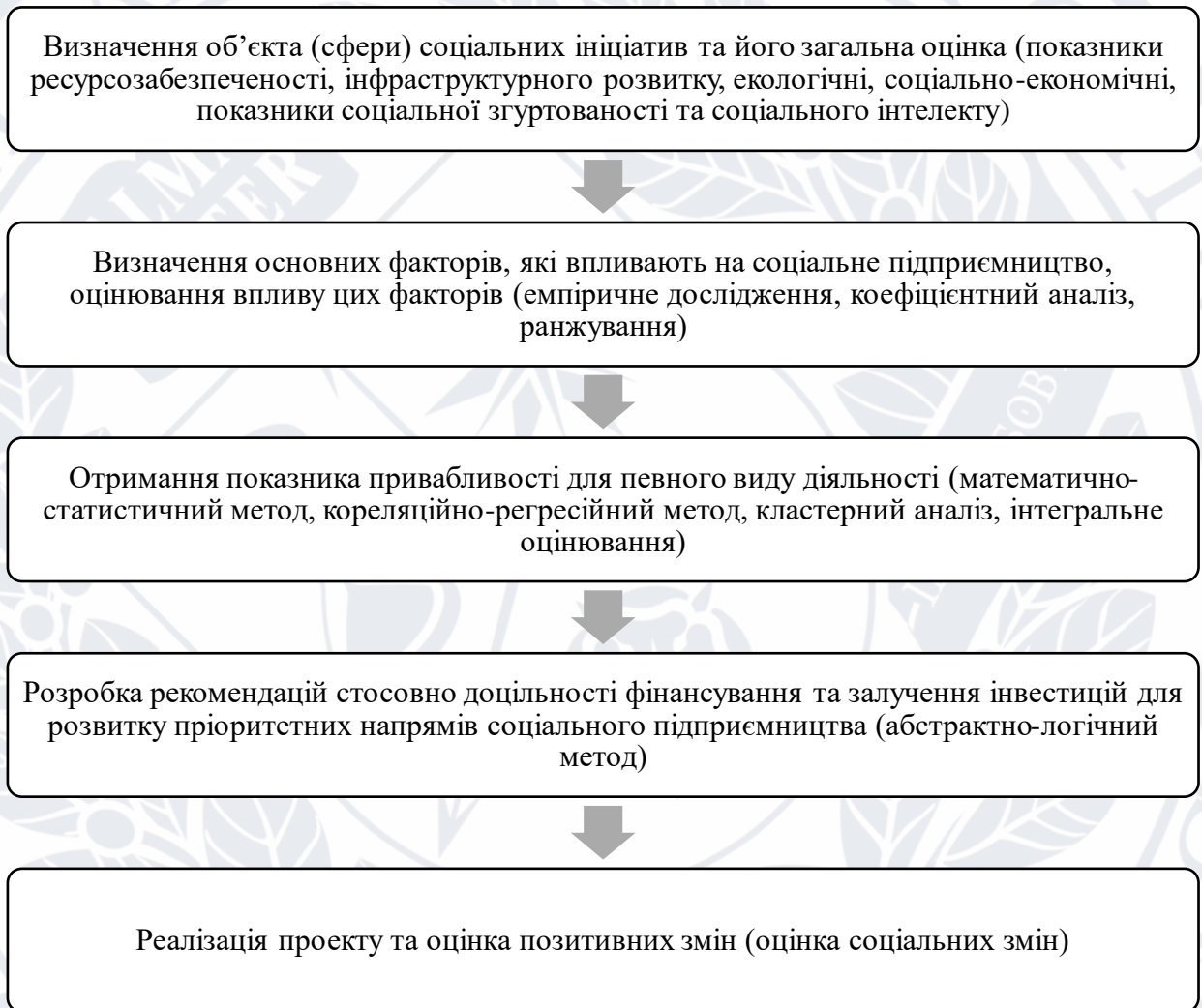


Рисунок 3.4 – Методика оцінки привабливості соціального підприємництва

Перед проведенням оцінки привабливості цього виду діяльності слід виконати маркетинг територій, що сприятиме ефективному просуванню сільських громад з метою залучення інвестицій, покращення іміджу регіону та збільшення його конкурентоспроможності [11; 16].

Для оцінки привабливості соціального підприємництва на сільських територіях важливо визначити групи показників, що відповідають потребам кількісного оцінювання. Перша група – показники ресурсозабезпеченості, включаючи ресурсний потенціал території (трудові та природні ресурси). Тут можна оцінювати трудовий потенціал з урахуванням рівня економічної активності, частки населення із вищою та середньою освітою, а також розподілу зайнятості.

Друга група – показники інфраструктурного розвитку, які включають кількість закладів освіти, культури, зв'язку, торгівлі, охорони здоров'я на одного мешканця, а також кількість транспортних засобів і житлового фонду на мешканця, щільність населення та автомобільних доріг з твердим покриттям.

Третя група – екологічні показники, такі як кількість викидів та відходів на душу населення, забруднення ґрунту, озеленення, якісні показники комфорту житла.

Четверта група – соціально-економічні показники, що визначаються купівельною спроможністю населення, розмірами ринків збуту продукції та послуг соціальних підприємців. Сюди входять розмір середньомісячної заробітної плати, розмір доходів та витрат на одну особу, розміри бюджетних витрат на фінансування соціальних ініціатив.

Для комплексного вивчення привабливості соціального підприємництва на сільських територіях пропонуємо додатково враховувати показники соціальної згуртованості та соціального інтелекту, які сприятимуть отриманню взагалі більш об'єктивного образу громади з погляду якісного складу її мешканців, що є ключовим фактором для успішного розвитку соціального підприємництва. Врахування соціального інтелекту важливо, оскільки він об'єднує розуміння соціальної реальності, особистісні характеристики та механізми саморегуляції, визначаючи поведінку особистості в соціальній взаємодії.

Щодо оцінки соціальної згуртованості в Україні, ООН рекомендує використовувати Індекс соціальної згуртованості та примирення (для сходу України), що враховує чотири показники соціальної згуртованості: соціально-психологічна адаптація; міграційні тенденції; відчуття співпричетності; толерантність і соціально відповідальна громадянська позиція [13; 22].

Запропонований підхід до визначення соціальної згуртованості громади передбачає врахування таких показників, як кількість реалізованих соціальних проектів на території громади, участь громадян у соціальних ініціативах, звернення до органів влади з соціальними ініціативами, участь мешканців у формуванні бюджету громади, частка трудових мігрантів серед населення тощо.

Для оцінки привабливості соціального підприємництва як сфери діяльності можна скористатися методом аналізу привабливості ринку, використовуючи матрицю «привабливість ринку – можливості фірми». Цей метод дозволяє визначити доступність та привабливість конкретного напрямку соціального підприємництва з урахуванням можливостей фірми або підприємця працювати на даному ринку. Під час дослідження використовується така послідовність дій: характеристика ринку та вибір факторів впливу; оцінка доступності та привабливості ринку; розрахунок впливу факторів та оцінка здатності фірми працювати на ринку; порівняння і вибір оптимального варіанту. Для оцінки факторів ринкової привабливості застосовуються експертні методи, що оцінюють кожен фактор за шкалою від 0 до 100.

Описаний алгоритм прийняття рішення щодо привабливості соціального підприємництва може бути представлений на схемі (рис. 3.5). Основними критеріями при визначенні привабливості є показники соціальної згуртованості та соціального інтелекту, які суттєво впливають на успішність соціального підприємництва. Їх взаємодія визначатиме привабливість соціального підприємництва в конкретних територіальних одиницях. У

випадку, коли соціальні потреби перевищують рівень соціальної згуртованості, важливо проводити коригувальні заходи для поліпшення взаємодії в сільській громаді та формування нового світогляду її мешканців.

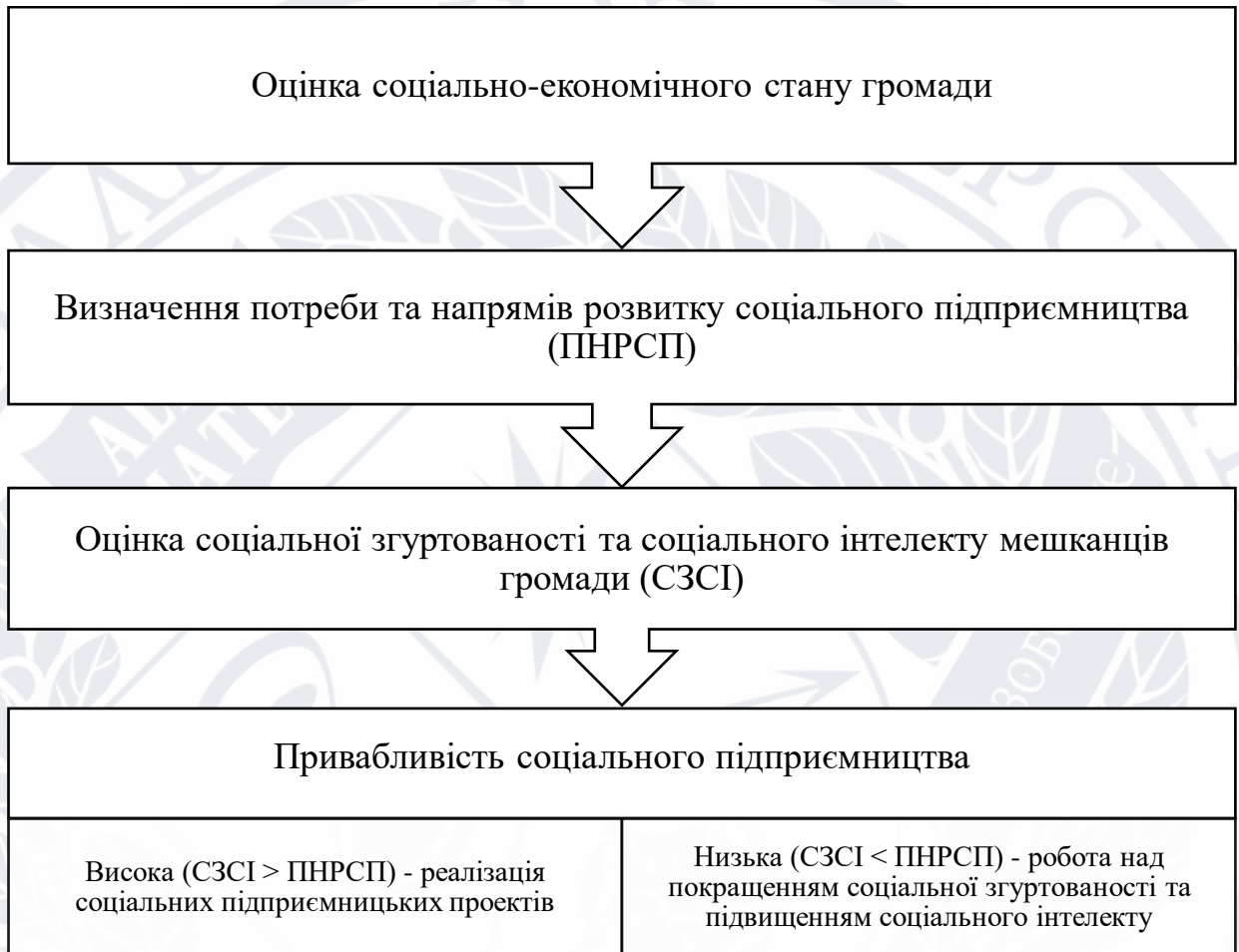


Рисунок 3.5 – Алгоритм прийняття рішення щодо привабливості та розвитку соціального підприємництва

Отже, методика оцінки привабливості соціального підприємництва включає в себе аналіз перспективних напрямків, таких як економічний, соціальний, екологічний, психологічний, інвестиційний, інноваційний, технологічний, освітній та інформаційний аспекти. Ці аспекти проявляються у потенційному соціальному впливі від діяльності соціального підприємництва.

Особливу важливість при оцінці привабливості має вибрана бізнес-модель соціального підприємництва, яка визначає спосіб ведення бізнесу та

залучення фінансування. Методика дослідження привабливості соціального підприємництва включає такі етапи:

1. Визначення об'єкта (сфери) соціальних ініціатив та його загальна оцінка.
2. Визначення основних факторів, які впливають на соціальне підприємництво. Оцінювання впливу цих факторів.
3. Отримання показника привабливості для певного виду діяльності.
4. Розробка рекомендацій стосовно доцільності фінансування та залучення інвестицій для розвитку пріоритетних напрямів соціального підприємництва.
5. Реалізація проекту та оцінка позитивних змін.

Особливу увагу слід приділити психологічному та освітньому аспектам привабливості соціального підприємництва. Ці аспекти спрямовані на формування соціального інтелекту та соціальної згуртованості, які є ключовими умовами успішного розвитку та визначальними факторами сприйняття соціального підприємництва.

3.3 Заходи щодо формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва в Україні

Повільний розвиток соціальних підприємств в Україні у порівнянні з країнами Європи може бути пояснений рядом проблем:

1. В Україні відсутнє закріплення поняття «соціальне підприємництво» на законодавчому рівні, що викликає неповне розуміння його сутності серед державних службовців, представників бізнесу, інвесторів, потенційних клієнтів та громадськості загалом.
2. Залишається вплив «радянської» думки, згідно з якою держава повинна повністю відповідати за соціальну сферу, що спричиняє байдужість громадян, які не виявляють інтересу до того, що не стосується їх особисто.

3. Недостатність адекватного законодавства щодо регулювання соціального підприємництва, зокрема відсутність класифікації соціальних послуг, які можуть надавати соціальні підприємства.

4. Нестача стартового капіталу для соціальних підприємців та його недостатність на етапах зростання та зрілості, оскільки виникають труднощі з отриманням фінансування, зокрема інвестицій та кредитів, інвестори та кредитори також можуть не повністю розуміти сутність соціального підприємництва.

5. Недостатня інформація щодо впливу і значення соціальних підприємств.

6. На соціальних підприємствах часто спостерігається висока плінність кадрів та недостатня кваліфікація персоналу.

З огляду на позитивні соціально-економічні наслідки, що випливають з розвитку соціального підприємництва, та існуючі проблеми, які стримують його, вважаємо за доцільне розглядати розвиток цієї сфери за основою системного підходу і в рамках таких напрямків (рис. 3.6) [23; 37]:

1. Нормативно-правове забезпечення:

1) Закріплення на законодавчому рівні та визначення поняття «соціальне підприємство», а також розробка класифікації послуг, які можуть надавати соціальні підприємства. Реалізація цього аспекту можлива через створення відповідних законодавчих актів, що регулюють, підтримують та контролюють соціальне підприємство.

2) Прийняття закону України про соціальне підприємство, який визначав би усі особливості ведення підприємницької діяльності в цьому напрямі.

2. Фінансове забезпечення:

1) Перегляд податкової політики: розгляд можливостей щодо звільнення соціальних підприємств від сплати податку на прибуток. Це обґрунтовано тим, що фінансові ресурси, які заощаджуються на податках,

можуть бути ефективніше використані соціальними підприємствами для вирішення соціальних проблем, замість сплати державі.

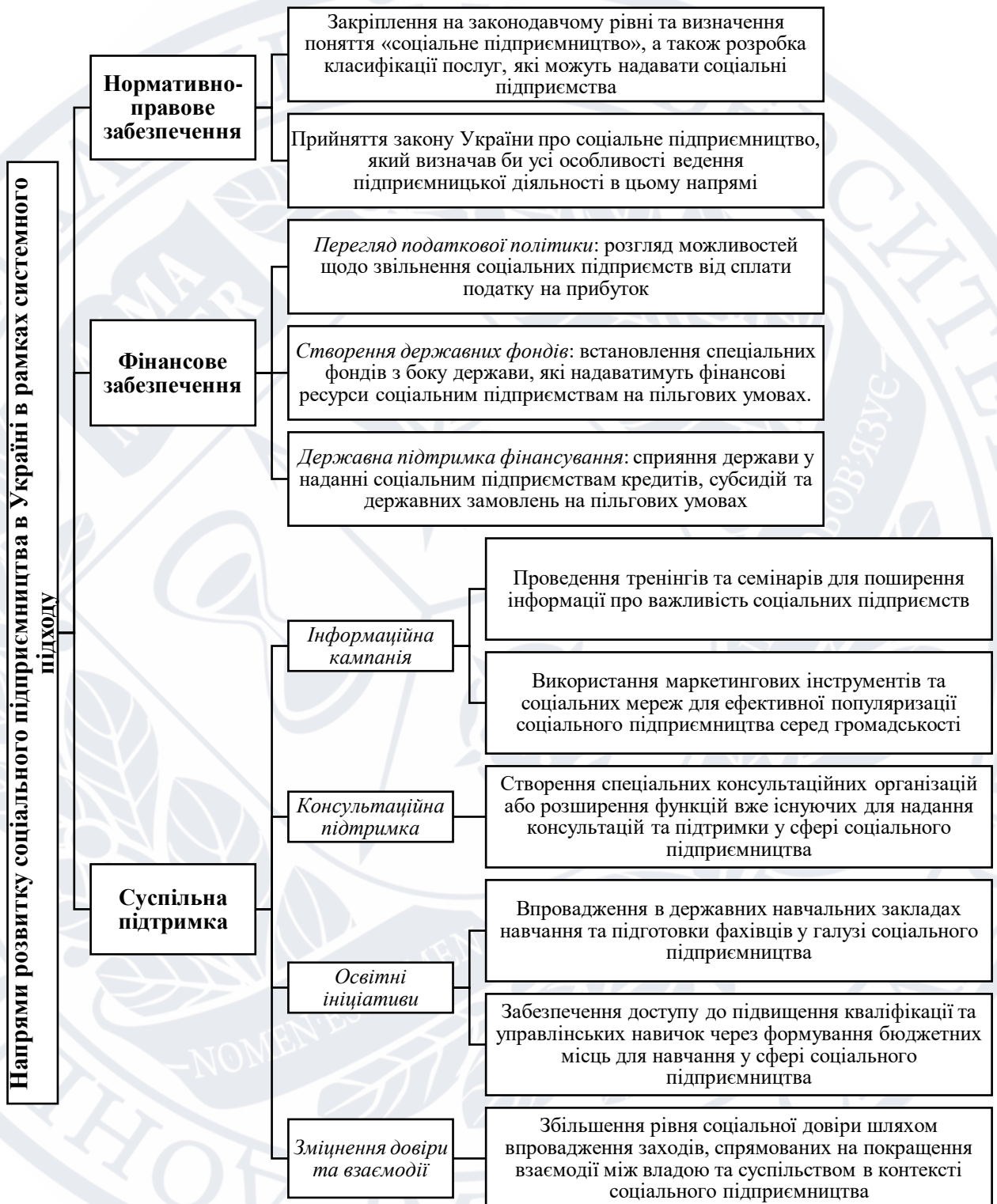


Рисунок 3.6 – Напрями розвитку соціального підприємництва в Україні в рамках системного підходу

2) Створення державних фондів: встановлення спеціальних фондів з боку держави, які надаватимуть фінансові ресурси соціальним підприємствам на пільгових умовах. Це сприятиме стабільному фінансовому забезпеченню та підтримці діяльності соціальних підприємств.

3) Державна підтримка фінансування: сприяння держави у наданні соціальним підприємствам кредитів, субсидій та державних замовлень на пільгових умовах. Це допоможе забезпечити доступ до фінансування та стимулювати соціальні підприємства в розвитку своєї соціально-економічної діяльності.

3. Суспільна підтримка:

1. Інформаційна кампанія:

- a. Проведення тренінгів та семінарів для поширення інформації про важливість соціальних підприємств.
- b. Використання маркетингових інструментів та соціальних мереж для ефективної популяризації соціального підприємництва серед громадськості.

2. Консультаційна підтримка:

- a. Створення спеціальних консультаційних організацій або розширення функцій вже існуючих для надання консультацій та підтримки у сфері соціального підприємництва.

3. Освітні ініціативи:

- a. Впровадження в державних навчальних закладах навчання та підготовки фахівців у галузі соціального підприємництва.
- b. Забезпечення доступу до підвищення кваліфікації та управлінських навичок через формування бюджетних місць для навчання у сфері соціального підприємництва.

4. Зміцнення довіри та взаємодії:

- a. Збільшення рівня соціальної довіри шляхом впровадження заходів, спрямованих на покращення взаємодії між владою та суспільством в контексті соціального підприємництва.

Вважаємо, що для сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні слід реалізовувати ряд заходів з балансування соціальних і економічних аспектів у результатах економічного зростання за допомогою таких інструментів [36; 51]:

1. Розробка концепції сталого розвитку як основи для створення економічних і соціальних програм.
2. Створення ефективного господарського середовища, де принципи свободи і рівності є основоположними.
3. Сприяння розвитку підприємницької діяльності усіх форм власності.
4. Визначення чітких меж державного впливу на економічну діяльність суб'єктів господарювання на довгостроковий період для забезпечення передбачуваності економічної політики.
5. Розробка законодавчої політики на основі соціального діалогу та гетерархії структури управління.

У цілому, подальший розвиток соціального підприємництва в Україні в значній мірі залежить від активного державного стимулювання. Враховуючи взаємодію держави з населенням, бізнес-структурами та соціальними організаціями, можна досягти більш значущих результатів у цьому напрямку. Оцінюючи роль соціального підприємництва в соціально-економічних відносинах, важливо визнати, що створення соціальних підприємств є ключовим елементом для всіх сторін – від підприємців і споживачів до самої держави. З цього погляду, належне регулювання та сприяння розвитку соціального підприємництва визначаються як важливі завдання для створення сприятливого середовища, де можуть процвітати соціальні підприємства.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній (магістерській) роботі здійснено теоретичне узагальнення зарубіжного досвіду розвитку соціального підприємництва та розроблено заходи щодо можливостей його імплементації в Україні задля формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва. Результати дослідження дали змогу зробити висновки теоретичного та науково-практичного спрямування, а саме:

1. Досліджено сутність та роль соціального підприємництва у вирішенні соціально-економічних проблем. Визначено, що існує розбіжність у визначенні поняття «соціального підприємництва», і статусу цього виду діяльності у порівнянні з діяльністю некомерційних організацій, благодійності та соціально відповідальної поведінки бізнесу, що є одним зі спірних питань сучасності. У світовому досвіді соціального підприємництва існують різноманітні моделі соціальних підприємств, а розвиток цього виду діяльності в різних країнах має різний характер, залежно від різних факторів. На наш погляд, визначення «соціального підприємництва», що найбільше відображає його сутність, - це розглядати його як діяльність, яка поєднує високу адаптивність та інноваційність приватного бізнесу з соціальною місією, орієнтованою на вирішення найгостріших соціально-економічних проблем. Систематизовано погляди щодо критеріїв відношення підприємств до соціальних. Визначено чинники стійкості соціального підприємництва.

2. Виокремлено організаційні форми розвитку соціального підприємництва. Встановлено, що у світовому контексті розвинені країни, зокрема Великобританія та США, вирізняються високим рівнем соціальних організацій, що сприяє розвитку соціального підприємництва. Європейські країни, зокрема Італія та Франція, активно використовують кооперативну модель для розвитку соціального підприємництва. У багатьох країнах з розвиненим соціальним підприємництвом існують спеціальні закони, що регулюють статус та діяльність соціальних підприємств. Українські соціальні

підприємства можуть використовувати різні організаційно-правові форми відповідно до чинного законодавства, проте відсутній єдиний стандарт або спеціальний закон, що регулює соціальне підприємництво. Така ситуація може породжувати широкий спектр інтерпретацій та класифікацій соціальних підприємств в Україні.

3. Визначено особливості державного регулювання розвитку соціального підприємництва в різних країнах. При аналізі досвіду державного та нормативно-правового регулювання соціального підприємництва в розвинених країнах, адаптація цього досвіду до українських реалій виявляється корисною. Україна може взяти на озброєння досвід розробки нормативно-правових основ розвитку соціального підприємництва, зокрема шляхом адаптації досвіду Італії. Ця країна вже сформувала основну базу для функціонування соціального підприємництва і перебуває на шляху стрімкого зростання кількості соціальних підприємців. Також варто врахувати досвід Польщі та Румунії, де важливу роль у розвитку соціального підприємництва відіграють організації громадянського суспільства.

4. Досліджено зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. Згідно з даними Європейської комісії, кількість соціальних підприємств у країнах Європейського Союзу різниться в залежності від їхнього розміру та економічного потенціалу. Аналіз наданих обсягів інвестицій вказує на значний інтерес до соціального підприємництва в Європі, що, в свою чергу, стимулює зростання кількості підприємств, що займаються цією сферою. Так, здійснений аналіз вказує на те, що сектор соціальних підприємств демонструє збільшення своєї ролі та темпів росту. Це виявляється у збільшенні їх кількості, зайнятих працівників та обсягу доходів, отриманих від реалізації результатів їхньої діяльності.

5. Проаналізовано діяльність вітчизняних соціальних підприємств. Визначено переваги та недоліки соціального підприємництва, типи соціального підприємництва за критерієм соціального спрямування в

Україні. Доведено, що соціальне підприємництво може виявитися ключовим інструментом для підтримки післявоєнного відновлення України, не лише забезпечуючи зайнятість та покращення якості життя, а й сприяючи соціальній стабільності та інтеграції уразливих груп населення. Впровадження соціального підприємництва є важливим кроком для розвитку будь-якої країни, оскільки це сприяє інноваційним рішенням соціальних проблем, створює нові робочі місця та зменшує безробіття.

6. Проведено оцінку факторів активізації та перешкод розвитку соціального підприємства. Аналіз міжнародної та внутрішньої практики діяльності соціальних підприємств також дозволяє виділити зовнішні та внутрішні бар'єри, які перешкоджають розвитку цього сектору. До зовнішніх бар'єрів відносяться законодавчі, економічні, соціальні та регулятивні обмеження. В Україні ключовими зовнішніми бар'єрами для соціальних підприємств є великі податки, високі витрати на отримання кредитів, низький рівень підтримки з боку держави та недостатня обізнаність громадськості. Щодо внутрішніх бар'єрів, основними для України є відсутність підприємницького досвіду та низька кваліфікація робітників.

7. Сформовано рекомендації щодо впровадження інструментів державного сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні. Класифікація методів державного регулювання за змістом включає нормативно-правові, адміністративні та економічні (включаючи фінансові) методи. За результатами дослідження визначено широкий спектр інструментів фінансово-кредитної підтримки для розвитку соціальних підприємств. Запропоновано алгоритм відновлення соціального підприємництва в Україні.

8. Обґрунтовано пропозиції щодо розробки методики оцінки привабливості соціального підприємництва. Методика дослідження привабливості соціального підприємництва включає такі етапи: визначення об'єкта (сфери) соціальних ініціатив та його загальна оцінка; визначення основних факторів, які впливають на соціальне підприємництво, оцінювання

впливу цих факторів; отримання показника привабливості для певного виду діяльності; розробка рекомендацій стосовно доцільності фінансування та залучення інвестицій для розвитку пріоритетних напрямів соціального підприємництва; реалізація проекту та оцінка позитивних змін. Методика оцінки привабливості соціального підприємництва також включає в себе аналіз перспективних напрямків, таких як економічний, соціальний, екологічний, психологічний, інвестиційний, інноваційний, технологічний, освітній та інформаційний аспекти. Ці аспекти проявляються у потенційному соціальному впливі від діяльності соціального підприємництва.

9. Запропоновано заходи щодо формування системного підходу до розвитку соціального підприємництва в Україні. З огляду на позитивні соціально-економічні наслідки, що випливають з розвитку соціального підприємництва, та існуючі проблеми, які стримують його, вважаємо за доцільне розглядати розвиток цієї сфери за основою системного підходу і в рамках таких напрямків: нормативно-правове забезпечення, фінансове забезпечення, суспільна підтримка. Для сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні також слід реалізовувати ряд заходів з балансування соціальних і економічних аспектів у результатах економічного зростання. У цілому, подальший розвиток соціального підприємництва в Україні в значній мірі залежить від активного державного стимулювання. Враховуючи взаємодію держави з населенням, бізнес-структурами та соціальними організаціями, можна досягти більш значущих результатів у цьому напрямку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Ахновська І.О., Левченко О.В. Розвиток краудфандингу для фінансування малого бізнесу в умовах інформаційної економіки. *Підприємництво та інновації*. 2021. №16. С. 76-82.
2. Белова М. В., Росул О. М. Соціальне підприємництво як нова категорія сучасної юриспруденції. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2022. № 6. С. 131-134.
3. Биковець К. Ю. Зарубіжний досвід нормативно-правового регулювання розвитку соціального підприємництва. *Теорія та практика державного управління*. 2020. Вип. 3. С. 202-211.
4. Біланич Л. В. Пільгове оподаткування та форми підтримки соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2018. № 4. С. 73-79.
5. Білик О. І., Корецька Т. М. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_1_35.
6. Бондарук Х. В. Вплив соціального підприємництва на розвиток продуктивних сил регіону. *Економічний форум*. 2019. № 3. С. 31-38.
7. Бородаєвський С.В. Історія кооперації. Київ: Центр учбової літератури. 2019. 446 с.
8. Голубєв О. В. Розвиток соціального підприємництва в світі та можливості для України. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. № 10. С. 105-111.
9. Горин В. П., Булавинець В. М. Соціальне підприємництво як інструмент диверсифікації фінансування соціальної політики. *Агросвіт*. 2021. № 15. С. 29-35.

10. Горішна Н. Правове регулювання діяльності соціальних підприємств: європейський досвід. *Social Work and Education*. Вип. 3. № 2. С. 81–91.
11. Доброва Н.В. Соціальне підприємництво. *Економічні інновації*. 2015. Вип. 59. С. 112–117.
12. Дюк А. А. Кооперація як пріоритетна форма організації соціального підприємництва в сучасних умовах. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 3. С. 9-17.
13. Дюк А. А. Краудфандинг як механізм розвитку соціального підприємництва. *Modern economics*. 2019. № 18. С. 43-48.
14. Дюк А. А. Сучасна практика розвитку соціального підприємництва: аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2019. Т. 24, Вип. 5. С. 32-37.
15. Заволока Ю. М., Сідненко М. В., Івко А. В. Проблеми та перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_5_49.
16. Задорожня Л. М. Роль соціального підприємництва в інвестиційному розвитку регіону. *Науковий вісник Льотної академії. Серія: Економіка, менеджмент та право*. 2022. Вип. 6. С. 45-51.
17. Ільченко Н.В. Соціальне підприємництво як інструмент економічного та соціального розвитку територіальної громади. *Економіка та держава*. 2010. № 12. С. 127–129.
18. Карась В. М., Гавеля О. М. Соціальне підприємництво та громадські ініціативи як чинники створення та підтримки розвитку культурно-мистецьких цінностей. *Музикознавча думка Дніпропетровщини*. 2022. Вип. 22. С. 169-180.
19. Кацьора О. В. Ефективні моделі соціального підприємництва. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2018. Вип. 80. С. 110-114.

20. Кацьора О. В. Теоретичний аналіз соціальної відповідальності підприємництва. *Габітус*. 2020. Вип. 17. С. 35-38.
21. Кобеля З. І., Водянка Л. Д. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. *Агросвіт*. 2023. № 5-6. С. 54-65.
22. Ковалевська А. В., Нечипоренко Я. Є. Підприємництво на базі громади як особливий вид соціального підприємництва. *Молодий вчений*. 2019. № 7(1). С. 134-141.
23. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як ефективний механізм сталого розвитку в Україні. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління*. 2021. № 1. С. 140-147.
24. Косович Б. І. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання становлення. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 77-81.
25. Кот Л. Л. Структурно-змістовне дослідження соціального підприємництва як макроекономічної категорії. *Підприємництво та інновації*. 2021. Вип. 21. С. 15-23.
26. Кот Л. Л. Феномен соціального підприємництва як один з ключових факторів розвитку національної економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2021. Вип. 40. С. 48-54.
27. Крахмальова Н. А. Франчайзинг як форма розвитку підприємництва соціально вразливих верств населення. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. 2018. № 3. С. 57-67.
28. Кривов'язюк І. В., Гаранчевська І. А. Державне регулювання соціального підприємництва: світовий досвід. *Економічний форум*. 2018. №3. С. 21-27.
29. Лункіна Т. І. Соціальне підприємництво в Україні як сучасний тренд розвитку: особливості, фінансові аспекти. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 39. С. 297-303.

30. Лункіна Т. І., Іваненко Г. Ю. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Modern economics*. 2019. № 15. С. 142-147.
31. Любчич А. М., Врублевська-Місюна К. М. Деякі аспекти становлення та розвитку соціального підприємництва. *Право та інноваційне суспільство*. 2021. № 1. С. 24-30.
32. Міняйленко І. В., Биба В. В., Кулябка А. А. Зарубіжні моделі розвитку соціального підприємництва. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_11_76.
33. Михайліна Т. В., Гоцуляк Ю. В., А. П. Гель Роль соціального підприємництва у побудові соціальної держави. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2022. Вип. 72(2). С. 252-256.
34. Мозговая Н. А. Соціально-правові проблеми розвитку соціального підприємництва в Україні. *Правничий часопис Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2022. № 2. С. 19-26.
35. Нагорна Н. С. Дослідження понятійного контуру соціального підприємництва у вітчизняній та зарубіжній літературі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія*. 2022. Т. 33(72), № 2. С. 97-103.
36. Наумова М. О. Державна підтримка соціального підприємництва: світові тенденції та стратегічні напрями. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 24. С. 36-40.
37. Наумова М. О. Орієнтири державної політики стимулювання розвитку соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2022. № 2. С. 84-88.
38. Наумова М. О. Пріоритети розвитку соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2019. Вип. 40. С. 135-145.

39. Наумова М. О. Прогресивний міжнародний досвід розвитку соціального підприємництва та запозичення його в Україні. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 2. С. 202-208.

40. Никифорак В. А., Тодорюк С. І., Антохова І. М. Удосконалення нормативно-правового забезпечення України у сфері соціального підприємництва: досвід країн ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 4. С. 5-10.

41. Осипова С. К. Соціальне підприємництво як об'єкт державного регулювання. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління*. 2019. Вип. 1. С. 48-56.

42. Пилипенко Н. М., Карпець О. В. Теоретичні аспекти соціального підприємництва в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2021_3_28.

43. Попова Л. М. Адміністративно-правове регулювання соціального підприємництва в Україні. *Держава та регіони. Серія: Право*. 2019. № 2. С. 62-66.

44. Солоненко Ю.В, Куца Я.О. Оптимізація організаційної структури управління підприємством. *Фінансовий простір*. 2021. Вип. №. 4 (44). С. 136-145.

45. Солоненко Ю. В., Павло П. І. Державна підтримка та стимулювання бізнесу України в умовах війни. *Галицький економічний вісник*. № 3 (82). 2023. С. 190-200.

46. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : посібник / А.А. Свинчук та ін. Київ : ВІ ЕН ЕЙ, 2017. 188 с.

47. Сперклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. Британська Рада, 2011. URL: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/britishcouncil.ua/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf.

48. Трегубов О.С., Дороніна О.А., Якімова Н.С. Потенціал розвитку соціального підприємництва на Вінниччині. *Економіка і організація управління*. 2022. № 4 (48). С.31-40.

49. Утеченко Д. М. Соціальне підприємництво як засіб розвитку людського капіталу сільських територій. *Агросвіт*. 2020. № 21. С. 78-84.

50. Філіппов В. Ю. Вплив моделі розвитку національної соціально-економічної системи на моделі управління розвитком підприємництва: ключові функціональні та структурні зміни. *Економічні інновації*. 2020. Т. 22, Вип. 2. С. 112-121.

51. Халіна В. Ю., Смачило В. В., Колмакова О. М. Концепція програми фінансування рееміграційного соціального підприємництва в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2018. № 9. С. 147-158.

52. Шеленко Д. І., Баланюк І. Ф., Баланюк В. С. Соціальний капітал у розвитку соціального підприємництва. *Економіка АПК*. 2021. № 11. С. 44-53.

53. Шоля Р. І. Соціальне підприємництво в Україні як тренд економічного розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 26(2). С. 121-125.

54. Chelariu G. The Social Economy Enterprises in Romania. *“Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series*. 2017. Vol. XVII, issue 2. URL: <http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/ENG/2017-2/Section%20III/5.pdf>.

55. Ciepielewska-Kowalik A. Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Poland. Luxembourg: Publications Office of the European Union. URL: <https://europa.eu/!Qq64ny>.

56. Defourny J., Nyssens M. Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. *Liege: EMES European Research Network*, 2008. 40 p.

57. Hulgard L., Bisballe T. Work integration social enterprises in Denmark. *Liege: EMES European Research Network*, 2004. № 04/08.

58. Pčolinská L. Social Economy, Its Perception and Possibilities of Its Development in Conditions of the Slovak Republic. URL:

http://base.socioeco.org/docs/_images_upload_pdf_papers_324_pcolinska_paper.pdf.

59. Polačková Z. Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Slovakia. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2020. URL: <https://europa.eu/!Qq64ny>.

60. Pranskevičiūtė I., Neverauskiene L. Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Lithuania. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018. URL: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?advSearchKey=socenterfiches&mode=advancedSubmit&catId=22>.

61. Tregubov O., Lytvynenko S., Prykhno Y., Yakymova N., Panchenko I., Popova Y. Transformation of the paradigm of entrepreneurial activity innovative development in the pandemic conditions. *International Journal of Agricultural Extension*. 2022. Is. 01, pp. 147-156.