

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО – СУЧАСНИЙ ТРЕНД ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Розвиток економіки ринкового типу передбачає соціалізацію її економічних суб'єктів, тобто спрямування їхньої діяльності на розв'язання соціальних проблем. Мета цієї статті – розглянути теоретичні та практичні аспекти соціального підприємництва як сучасного тренду економічного розвитку. Автори виокремлюють такі основні ознаки соціального підприємництва: інноваційність діяльності; подвійна спрямованість – поєднання некомерційних цілей зі здатністю, необхідністю та можливістю отримувати прибуток; публічний характер діяльності соціальних підприємств та складність в організації і розвитку, наявність значних ризиків. Дослідження процесів функціонування соціального підприємництва у світі дали змогу виокремити такі тенденції його розвитку: обумовленість різною участю держави в його підтримці; відсутність єдиної «прийнятної» або ж ефективної форми функціонування соціального підприємництва та певної загально визначеної сфери діяльності; успішність розвитку соціального підприємництва у світі та значний його внесок в економіку.

Незважаючи на доволі швидкий розвиток соціального підприємництва в Україні, проблемами його функціонування залишаються недостатність фінансової та інституційної державної підтримки; нестача мотивації створення соціальних підприємств та низький рівень інформованості суспільства про їхній значний позитивний потенціал; значна залежність його від іноземної підтримки та інвестицій. На переконання авторів, зазначені проблеми не дозволяють соціальному підприємництву в Україні реалізувати свій потенціал та перетворитися на тренд економічного розвитку.

Ключові слова: соціалізація економіки, соціалізація бізнесу, соціальне підприємництво, соціальні підприємства, соціальний ефект, економічний розвиток.

JEL classification: D64, L26, L31

Вступ та постановка проблеми. Соціалізація економіки як процес трансформації економіки ринкового типу починається зі створення сприятливих умов для задоволення людських потреб і завершується перетворенням людини не тільки в головний чинник виробництва, а й у його кінцеву мету. Соціалізація бізнесу є одним із факторів формування соціальної економіки, яка характеризується значними перспективами в розв'язанні проблем соціально-економічного розвитку. Соціальне підприємництво є відносно молодим способом організації бізнесу, таким видом діяльності, основою якого є створення соціальних цінностей з метою розв'язання соціальних викликів суспільства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Багато теоретичних і прикладних аспектів соціального підприємництва розглянуто в працях таких іноземних учених: С. Алворд, Дж. Вей-Скіллерн, Дж. Вірвардена, С. Вурро, Г. Діс, Б. Дрейтон, Дж. Кікал, М. Маклін, А. Макміллан, Дж. Мейр, Г. Морт, Е. Нобоа,

Е. Остін, Ф. Перріні, Дж. Робінсон, Я. Рогалін, Х. Стівенсон, А. Фоулер, Е. Шоу та ін. Вітчизняна наука останнім часом приєдналася до дослідження цього феномену та зосередила увагу на ідентифікації самого поняття «соціальне підприємництво», дослідження закордонного досвіду його впровадження в різних країнах світу, визначення можливостей його розвитку в Україні, інтерпретації соціального підприємництва як об'єкта державного впливу. В Україні означеною проблематикою займаються такі вчені: Л. Біланич, З. Галушка, М. Голуб, Г. Давидовська, О. Кіреєва, О. Кожем'яченко, Т. Лункіна, М. Руда, О. Солосіч, В. Удодова, В. Шаповал та ін.

Невирішені частини проблеми. Однак, зважаючи на значний інтерес до проблем соціального підприємництва, все ще залишаються питання, які потребують подальшого дослідження. Особливої уваги потребує розгляд практичних аспектів реалізації соціального підприємництва у світі та в Україні.

Мета та завдання статті. Мета цієї статті – розглянути теоретичні та практичні аспекти соціального підприємництва як сучасного тренду економічного розвитку. Для досягнення цієї мети виконано такі завдання: ідентифікація поняття «соціальне підприємництво» через виокремлення його характерних ознак, дослідження тенденцій поширення соціального підприємництва у світі, аналіз розвитку та визначення проблем соціального підприємництва в Україні.

Основні результати дослідження. Категорія «соціальне підприємництво» має широку живучість та доволі різноманітну модифікацію. Ключовими моментами в інтерпретації соціального підприємництва є розгляд цього виду підприємницької діяльності через призму «соціальності», яка модифікує його сутність та наповнює можливостями створення особливих цінностей, що надають переваги значній частині суспільства, водночас задовольняючи соціальні цілі. Виділення найістотніших ознак соціального підприємництва дасть змогу відрізнити це явище від усіх інших, що перебувають в одній площині суспільних відносин, і водночас створити можливість його чіткого визначення. Головними ознаками, на нашу думку, є такі:

1. *Інноваційність діяльності соціального підприємництва*, що об'єктивно результується в застосуванні новітніх, унікальних підходів, які дають змогу мультиплікативно поширювати соціальний ефект у суспільстві. Соціальні підприємці намагаються вирішувати соціальні проблеми нестандартними шляхами. Соціальне підприємництво є одним із видів соціальних інновацій як процесу реалізації заходів, спрямованих на зміну та оптимальність взаємовідносин у різних соціальних групах, поліпшення умов праці, зміну економічних, екологічних, культурних і політичних аспектів життя суспільства. У соціальних інноваціях порівняно з матеріально-технічними тісніший зв'язок з суспільними відносинами та бізнес-культурою; міцніша залежність використання нововведень від індивідуальних і групових якостей користувачів; складність у розрахунку ефективності (Шуст, 2015).

2. *Подвійна спрямованість соціального підприємництва, яка поєднує некомерційні цілі зі здатністю, необхідністю та можливістю отримувати прибуток для подальшого розвитку та досягнення соціально-економічних цілей.* З одного боку, некомерційна спрямованість виражає природу такого особливого виду підприємництва, а з іншого – демонструє трансформацію економік ринкового типу в бік соціалізації, тобто підпорядкування економічних процесів інтересам самої

людини, перерозподіл результатів виробництва, поліпшення умов праці і життєдіяльності людей у напрямку реалізації соціальних цілей суспільства. Варто зазначити, що світова практика демонструє поступову відмову від прибутку як головної мети підприємства та організацію своєї діяльності на основі множинності цілей. Наприклад, у 2019 році керівники Apple, Boeing, FedEx, General Motors та ще понад 170 глобальних корпорацій з мережі Business Roundtable, сукупний дохід яких перевищує 7 трлн дол., оголосили, що прибуток більше не є кінцевою метою їхньої діяльності (Шакотько, 2019). Основними аспектами, на які бізнес спрямовує свої зусилля, стають частка на ринку, репутація та статус, перемога в конкурентній боротьбі, а також задоволення потреб стейкхолдерів – працівників, споживачів тощо.

3. *Публічний характер діяльності соціальних підприємств.* Звичайні підприємства звітують згідно з нормами чинного законодавства, тоді як соціальні підприємства широко інформують суспільство про результати своєї діяльності, здійснений соціальний вплив, ступінь досягнення поставлених соціальних цілей. Не можна не зазначити про те, що «публічність» у досягненні соціальних цілей стає у світі трендом великого бізнесу. Корпорації щорічно публікують соціальні звіти про свою діяльність, спрямовану на виконання певних соціальних місій, досягнення суспільного добробуту та оптимальної взаємодії з навколишнім середовищем. У світі розроблено низку стандартів такої звітності, а найпопулярнішим та визнаним із них є Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (GRI) – стандарт звітності у сфері сталого розвитку, який охоплює економічну, екологічну та соціальну результативність організації. Сьогодні в розвинених країнах нефінансову звітність за стандартами GRI надають вже понад 4000 компаній, які є представниками як великого, так і малого бізнесу. В Україні підготовка нефінансових звітів залишається виключно прерогативою великих компаній та представництв міжнародних корпорацій, частка яких є доволі мізерною – 15 українських підприємств у 2016 році (Деліні, 2017). Крім того, існують інші стандарти і звіти, які характеризують ті чи інші аспекти соціальної діяльності підприємства, серед яких – міжнародні стандарти IIRC і стандарти SASB (США). Місія IIRC (International Integrated Reporting Council) втілюється у створенні інтегрованої звітності щодо основних аспектів діяльності фірми та їх відношення до створення суспільних цінностей. Рада зі стандартів звітності сталого розвитку SASB (The Sustainability Accounting Standards Board)

займається поширенням нефінансової інформації публічних компаній США через такі аспекти діяльності: вплив на навколишнє середовище; створення соціального капіталу бізнесом; управління людськими ресурсами; інтеграція екологічних, людських та соціальних проблем у процесі створення вартості компанії; оцінка відповідності бізнесу, управління ризиками, антиконкурентна поведінка, корупція (Гамкало, 2017).

4. *Складність в організації та розвитку, наявність значних ризиків у соціальному підприємництві порівняно з іншими видами підприємницької діяльності.* Річ у тому, що соціальне підприємництво поширюється в тих сферах діяльності, які не просто непривабливі для традиційного бізнесу, а й пов'язані з вирішенням складних соціальних проблем людства, для яких не знайшлось ані урядових, ані ринкових рішень (Шоля, 2019). Останнє безпосередньо зумовлено такими факторами: залучення до праці соціально незахищених верств населення, використання частини прибутку безповоротно на досягнення гострої соціальної мети, низька окупність діяльності соціальних підприємств, використання складних бізнес-моделей, здатних реалізувати подвійну спрямованість соціального підприємництва, як комерційну, так і некомерційну. Варто зазначити, що соціальне підприємництво є інструментом знаходження «точок дотику» між державою, бізнесом та суспільством. Зрозуміло, що проста компіляція зазвичай протилежних цілей не забезпечує позитивного соціального ефекту та загострює проблеми функціонування соціального підприємництва. Знаходження оптимальної міри, механізмів та засобів поєднання цільових орієнтирів усіх суб'єктів є складною проблемою теорії та практики.

Європейська комісія встановила чотири основні сфери діяльності поширення соціального підприємництва: трудова інтеграція, яка передбачає навчання та працевлаштування людей з обмеженими можливостями, осіб, які опинились у складних життєвих умовах, та безробітних; надання індивідуальних соціальних послуг у таких сферах, як охорона здоров'я, соціальний захист, професійне навчання, освіта, послуги догляду за дітьми, послуги для людей похилого віку або допомога малозабезпеченим людям; місцевий розвиток депресивних регіонів; інше, що охоплює переробку сміття, захист навколишнього середовища, спорт, мистецтво, культуру та історичне надбання, науку, дослідження та інновації тощо (Шоля, 2019).

У світі розвиток соціального підприємництва набирає обертів. Однак варто підкреслити, що

в різних країнах виявляються національні відмінності в правовому статусі, організаційних формах та критеріях, які використовуються для характеристики соціального підприємництва. Вчені виокремлюють різні групи країн за рівнем легітимації статусу та ознак соціальних підприємств:

- країни з офіційно визначеним статусом соціального підприємництва та чіткими критеріями його ідентифікації: Болгарія, Італія, Литва, Словаччина, Фінляндія, Хорватія;

- країни, в яких, незважаючи на значне поширення соціального підприємництва, відсутній законодавчо закріплений юридичний статус такого особливого виду підприємництва: Естонія, Чехія;

- країни з офіційно визначеним статусом соціальних підприємств, але з визначенням лише загальних ознак, без конкретизації їх за допомогою числових критеріїв: Велика Британія, Данія, Ірландія, Люксембург, Словенія;

- країни, в яких значно поширене соціальне підприємництво без окремо встановлених норм щодо статусу та критеріїв його ідентифікації: Австрія, Бельгія, Греція, Іспанія, Нідерланди, Німеччина, Польща, Португалія, Румунія, Угорщина, Франція, Швеція;

- країни, в яких відсутній правовий статус та числові критерії визначення соціального підприємництва, але подібні форми підприємств існують у вигляді волонтерських, неприбуткових організацій для розв'язання певних соціальних проблем (Кіпр, Мальта) та «організацій суспільної користі» – Латвія (Міщук, Пилипчук, 2017).

Основними тенденціями розвитку соціального підприємництва у світі є:

1. *Особливості соціального підприємництва зумовлені різною участю держави в підтримці його розвитку.* Зокрема, модель Північної Європи (Бельгії, Нідерландів, Норвегії, Швеції) характеризується потужною підтримкою з боку держави; моделі США, Канади, Японії пов'язані із запровадженням регулювання на рівні підприємств та використанням благодійництва; моделі Центральної Європи (Австрії, Німеччини, Франції) властиві адресні соціальні програми; модель Великої Британії ґрунтується на соціальних інвестиціях (Березяк, 2014).

2. *Відсутність єдиної «прийнятної» або ж ефективної форми функціонування соціального підприємництва та певної загальноновизначеної сфери діяльності.* Соціальні підприємства в Європі розвиваються здебільшого у вигляді соціальних кооперативів або асоціацій, які створені з метою забезпечення зайнятості та пов'язані з активною участю певного прошарку людей. У США соціальні підприємства представлені неприбутковими

організаціями, їхня діяльність має більш ліберальний характер. Останнє зумовлено тим, що в Європі соціальне підприємництво історично почалося з кооперативного руху, а у США – зі сфери венчурної філантропії у вигляді інвестицій із мінімальним рівнем доходності. Європейські соціальні підприємства мають доволі вузьку спеціалізацію порівняно з широким спектром послуг у США. Крім того, в Європі соціальне підприємство поширене в тих галузях економіки, де обсяги державного фінансування мають спадну динаміку, або в тих галузях, які хоч і мають вагомe суспільне значення, але ніколи не були об'єктом впливу держави (Березяк, 2014). Щодо США, то галузями, в яких розвиваються подібні підприємства, є освіта, охорона здоров'я, місцеві громади, а критерієм їхньої успішності є прибуток.

3. *Успішність розвитку соціального підприємництва у світі та значний його внесок в економіку.* Світовий досвід демонструє, що ключовими факторами успіху організацій, які вже займаються соціальним підприємництвом, є позитивна репутація серед громадськості як найцінніший нематеріальний актив підприємства; наявність можливостей залучення широкого кола партнерів; здатність вирішити найактуальніші соціальні проблеми; високий рівень забезпеченості технічними та адміністративними ресурсами; висока кваліфікація та інноваційність діяльності управлінців (Волкова, Шевченко, 2016). Значний внесок соціального підприємництва в економіку підтверджується сучасними статистичними даними. Зокрема, в Європі функціонує понад 2 мільйони соціальних підприємств, на яких працюють майже 11 мільйонів працівників (6 % від усіх працюючих у регіоні), це становить 10 % від усього європейського бізнесу. Лідером європейського регіону в розвитку соціального підприємництва є Велика Британія, де нараховується близько 70 тис. соціальних підприємств, що забезпечують працею близько мільйона населення країни, а їхній внесок в економіку становить понад 24 млрд фунтів стерлінгів. Не менш важливим є їхній внесок у розв'язання соціальних питань: у 2019 р. 68 % соціальних підприємств підтримували людей з уразливих груп, 44 % працевлаштовували людей з уразливих груп, 28 % працювали в найбільш депресивних районах (Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз, 2020).

В Україні соціальне підприємництво є новою формою бізнесу. Нормативно-правову базу, здатну прискорити позитивні зрушення в напрямку поширення соціального підприємництва, не створено. Незважаючи на зареєстровані законопроекти «Про соціальні підприємства» та «Про

внесення змін до статті 154 Податкового кодексу України (щодо підтримки соціальних підприємств)», проекту Концепції розвитку соціального підприємництва в Україні (Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз, 2020), зрушень у цьому питанні й досі не відбулося.

У результаті неврегульованості на законодавчому рівні соціального підприємництва в Україні немає офіційних статистичних даних щодо кількості соціальних підприємств та результатів їхньої діяльності. Перший «Каталог соціальних підприємств», виданий у межах грантового проекту «Соціальні підприємства в Україні» у 2013 р., налічував лише 46 соціальних підприємств, другий (2017 р.) – 150 соціальних підприємств. Сьогодні в Україні працюють близько 1000 підприємств, які можна вважати соціальними (Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз, 2020).

Основними тенденціями функціонування соціального підприємництва в Україні є такі: географія поширення їхньої діяльності охоплює територію всієї України, більшість із них діють у великих містах (20 % у м. Києві); найпоширенішою організаційною формою є ФОП (26 %); у 31 % соціальних підприємств працює до 5 осіб, у 26 % – до 10 осіб; основні види діяльності – працевлаштування представників уразливих груп населення (35 %) та генерування прибутку для соціальної діяльності (24 %); більшість підприємств ключовим показником ефективності соціальної діяльності вважають кількість працевлаштованих осіб (орієнтовно – 250 осіб одним соціальним підприємством, всього 87 500 осіб, що становить 21 % від працевлаштованих по країні за рік) (Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз, 2020).

Як бачимо, соціальне підприємництво прогресує в Україні, демонструє значні успіхи в досягненні соціального ефекту, фінансову спроможність та можливість поширення практики соціально відповідального бізнесу.

Ключовими проблемами, які перешкоджають його активізації, на нашу думку, є 1) недостатність фінансової та інституційної державної підтримки, 2) нестача мотивації створення соціальних підприємств і низький рівень інформованості суспільства про їхній значний позитивний потенціал, 3) значна залежність соціального підприємництва від іноземної підтримки та інвестицій.

1. *Недостатність фінансової та інституційної державної підтримки.* Результати проведеного у 2020 р. дослідження для проекту «EU4Youth – Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні»

свідчать, що для більшості соціальних підприємців засновувати власний бізнес було важкою справою і стосувалося це передовсім складності у формуванні стартового капіталу та недоступності фінансових ресурсів – 24 % опитаних (Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз, 2020). Досить ефективний альтернативний досвід Швеції в підтримці соціального підприємства реалізується через «стимуляційні пакети», сутність яких зводиться до можливості використання досвіду професійного бізнес-консультанта, функцією якого є допомога в перетворенні ідеї на бізнес-модель; отримання гранту на тестування цієї ідеї, підтримки в адаптаційний період та розширення діяльності (Шоля, 2019). Така підтримка вважається практично безпрограшним варіантом як для держави, так і для соціального підприємця. Зрозуміло, що такий важливий вид підприємництва потребує виваженої, цілеспрямованої та довгострокової підтримки через іноді власну неспроможність залучення стартового капіталу, нестачу або відсутність доступних кредитних коштів, складність у пошуку інвесторів. Можливими механізмами державної підтримки соціального підприємництва є пільгове кредитування в разі достатньої обґрунтованості проекту; наявність державних програм зі сприяння соціальним підприємствам; запровадження механізмів спільної участі держави та бізнесу в реалізації соціальних проектів, наявність певних преференцій під час публічних закупівель.

2. *Нестача мотивації створення соціальних підприємств і низький рівень інформованості суспільства про їхній значний позитивний потенціал.* У класичному бізнесі головним стимулом для розвитку є прибуток. Зрозуміло, що для соціального підприємництва означений стимул не спрацює, а пошук нематеріальних поштовхів для розвитку перетікає у сферу особистісної відповідальності, ментальності та можливостей. На жаль, становлення підприємництва в Україні почалося з проблемного реформування відносин власності, бажання швидко та «безболісно» отримати надприбутки, нехтування соціальними

питаннями трансформаційних перетворень. Несформована підприємницька культура та фактична відсутність розуміння соціальної відповідальності підприємницької поведінки зумовили складнощі у визначенні стимулів для активізації соціального підприємництва та низьку інформованість підприємницьких кіл щодо необхідності соціалізації своєї діяльності.

3. *Значна залежність соціального підприємництва від іноземної підтримки та інвестицій.* Результати згаданого вище дослідження засвідчують, що найбільшу підтримку соціального підприємництва в Україні має від неурядових некомерційних громадських організацій (92 %), які залучають підприємців у соціальні проекти, надають безкоштовну навчальну, інформаційну та консультативну допомогу тощо (Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз, 2020). Зазвичай більшість подібних організацій є іноземними. Останнє породжує дискримінацію щодо обрання міжнародними організаціями підприємств-реципієнтів, фінансування тільки тих сфер діяльності, які вважаються міжнародними організаціями пріоритетними в певний момент часу. Крім того, практично всі подібні можливості наявні переважно для вже існуючих підприємств, не стосуються проектів щодо їх запуску та є короткостроковою системою кредитування.

Висновки та пропозиції щодо подальших досліджень. Отже, соціальне підприємництво має значний потенціал та вагомий вплив на економіку, що підтверджується досвідом розвинених країн. В Україні соціальне підприємництво може стати драйвером позитивних змін, сприяти підвищенню продуктивності і справедливості надання соціальних послуг. Та проблеми впровадження сучасних практик, недооцінка ролі в суспільстві не дають змоги виявити весь позитивний потенціал соціального підприємництва в пом'якшенні трансформаційних диспропорцій економіки України. Пошук шляхів розв'язання означених проблем стане напрямом наших подальших досліджень.

Список літератури

- Березяк, І. (2014). Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*, 25, 31–36.
- Волкова, М., Шевченко, В. (2016). Роль соціального підприємництва у забезпеченні сталого розвитку України. *Соціальна економіка*, 1, 25–29. http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_1_5
- Гамкало, О. (2017). Нефінансова звітність як інструмент вимірювання соціальної діяльності вітчизняних підприємств. *Статистика України*, 4, 79–86. http://nbuv.gov.ua/UJRN/su_2017_4_12
- Деліні, М. (2017). Соціальна звітність в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва. *Інтелект XXI*, 6, 41–45. http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2017_6_10
- Мішук, Г., Пилипчук, Р. (2017). Соціальне підприємництво: критерії ідентифікації та проблеми розвитку. *Демографія та соціальна економіка*, 2(30), 152–165. <https://doi.org/10.15407/dse2017.02.152>
- Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. (2020). https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian_0.pdf

- Шакоцько, Є. (2019). Етичний бізнес глобальних корпорацій. *Економічна правда*, 22 жовтня. <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2019/10/22/652792/>
- Шоля, Р. (2019). Соціальне підприємництво в Україні як тренд економічного розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 26(2), 121–125. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26(2)_24)
- Шуст, Н. (2015). Соціальні інновації в умовах сучасних суспільно-політичних трансформацій в Україні. *Науковий вісник Чернівецького університету. Філософія*, 756-757, 107–110. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_fil_2015_756-757_22

References

- Berezyak, I. (2014). Foreign experience and domestic realities of social entrepreneurship. *Scientific Notes of Ostroh Academy National University, Economics Series*, 25, 31–36. <https://journals.oa.edu.ua/Economy/article/view/381/310> [in Ukrainian].
- Delini, M. (2017). Social reporting in the assessment of socio-economic responsibility of entrepreneurship. *Intelligence XXI*, 6, 41–45. http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2017_6_10 [in Ukrainian].
- Gamkalo, O. (2017). Non-financial reporting as a tool for measuring the social activity of domestic enterprises. *Statistics of Ukraine*, 4, 79–86. http://nbuv.gov.ua/UJRN/su_2017_4_12 [in Ukrainian].
- Mishchuk, G., & Pylypchuk, R. (2017). Social entrepreneurship: identification criteria and development problems. *Demography and Social Economy*, 2(30), 152–165. <https://doi.org/10.15407/dse2017.02.152> [in Ukrainian].
- Sholya, R. (2019). Social entrepreneurship in Ukraine as a trend of economic development. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, 26(2), 121–125. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26(2)_24) [in Ukrainian].
- Shakotko, E. (2019). Ethical business of global corporations. *Economic truth*, October 22. <https://www.althoughda.com.ua/rus/columns/2019/10/22/652792/> [in Ukrainian].
- Shust, N. (2015). Social innovations in the conditions of modern social and political transformations in Ukraine. *Scientific Bulletin of Chernivtsi University. Philosophy*, 756-757, 107–110. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_fil_2015_756-757_22 [in Ukrainian].
- Social entrepreneurship in Ukraine. Economic and legal analysis. (2020). https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian_0.pdf [in Ukrainian].
- Volkova, M., & Shevchenko, V. (2016). The role of social entrepreneurship in ensuring sustainable development of Ukraine. *Social Economy*, 1, 25–29. http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_1_5 [in Ukrainian].

I. Bila, O. Shevchenko

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP – CURRENT TREND OF ECONOMIC DEVELOPMENT

The development of a market economy involves the socialization of its economic entities, i.e. the direction of their activities to solve social problems. The purpose of this article is to consider the theoretical and practical aspects of social entrepreneurship as a modern trend of economic development. The authors note that the main features of social entrepreneurship are: innovative activities; its dual focus, which combines non-profit goals with the ability, necessity and ability to make a profit; public nature of social enterprises and complexity in the organization and development, the presence of significant risks. Studies of the functioning of social entrepreneurship in the world have identified the following trends in its development: due to the different participation of the state in its support; lack of a single “acceptable” or effective form of social entrepreneurship and a certain generally defined area of activity; the success of social entrepreneurship in the world and its significant contribution to the economy.

In Ukraine, social entrepreneurship is a new form of business. The main trends in the functioning of social entrepreneurship in Ukraine are: a fairly wide geography of distribution of their activities, although the vast majority of them operate in large cities; the most common organizational form is individual small business; the main activities are: employment of vulnerable groups and generating income for social activities, etc. However, despite the rather rapid development of social entrepreneurship in Ukraine, the problems of its functioning are: lack of financial and institutional state support; lack of motivation to create social enterprises and low level of public awareness of their significant positive potential; its significant dependence on foreign support and investment. According to the authors, these problems do not allow social entrepreneurship in Ukraine to realize its potential and become a trend of economic development.

Keywords: socialization of economy, socialization of business, social entrepreneurship, social enterprises, social effect, economic development.

Матеріал надійшов 26.04.2021



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)