

ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

FUNDAMENTAL PROVISIONS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті запропоновано обґрунтування необхідності подальшої розбудови соціального підприємництва через аналіз логічно взаємопов'язаних з ним понять: «соціальна проблема», «соціальна потреба», соціальна цінність» та «соціальний ефект». Проведено аналіз європейського досвіду щодо еволюції соціального підприємництва та надано коротку характеристику його розвитку в Україні. Удосконалено понятійний апарат та запропоновано авторське визначення сутності поняття «соціальне підприємництво». Розширено теоретичні засади розуміння змісту соціального підприємництва на підставі розробленої структурної схеми взаємозв'язків основних його категорій, практична апробація якої дозволить розробити альтернативні управлінські рішення на підставі результатів ґрунтовних досліджень можливих сфер виникнення бізнес-ідеї. Отримані результати дозволили сформулювати авторське бачення сутності соціального підприємництва через низку категорій та існуючими між ними логічних зв'язків.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальна проблема, соціальна потреба, соціальна цінність, соціальний ефект.

The article proposes the substantiation of the need for further development of social entrepreneurship through the analysis of logically interrelated concepts: "social problem", "social need", "social value" and "social effect". An analysis of European experience in the evolution of social entrepreneurship and a brief description of its development in Ukraine. The conceptual apparatus has been improved and the author's definition of the essence of the concept of "social entrepreneurship" has been proposed. The author proposes to define it as an innovative type of economic activity to fulfill a strategic social mission by solving social problems and meeting the social needs of the target group of society, the result of which is the creation of measurable social value and social effect. Emphasis is placed on the fact that the subject field of research for the idea of creating social entrepreneurship forms a set of social problems in society, which determine the relevant to certain living conditions system of social needs of society. The subject field of research of prospects of development of social business is offered to define set of social problems of a society, factors of their formation and consequences of their existence. It is proved that the search for ways to solve social problems of society is a necessary condition for ensuring its socio-economic development, and social entrepreneurship, in turn, is one of the tools to overcome them. A separate set of possible before the formation of social values as a general result of social entrepreneurship is the basis for determining the possible social effect, the achievement of which will be real in the successful planning of social business. Theoretical bases of understanding the content of social entrepreneurship on the basis of the developed structural scheme of interrelations of its basic categories are expanded. Practical approbation of the proposed structural scheme will allow to develop a number of management decisions on the basis of results of thorough researches of all spheres of origin of business idea from the analysis of social problems to the formed social mission. The obtained results allowed to form the author's vision of the essence of social entrepreneurship through a number of categories and the existing logical connection between them.

Key words: social entrepreneurship, social problem, social need, social value, social effect.

УДК 316.334.23:005

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-29>

Романуша Ю.В.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств та менеджменту Навчально-науковий професійно-педагогічний інститут Української інженерно-педагогічної академії

Romanusha Yuliia

Educational and Research Professional Pedagogic Institute of Ukrainian Engineering Pedagogic Academy

Постановка проблеми. Еволюція розвитку суспільства свідчить про вагомий роль соціальної складової у пошуках ефективного управління на всіх рівнях економічної системи. Так, у парадигмі державотворення, важливе значення відводиться групі соціальних потреб суспільства, рівень задоволення яких є одним з показників його ефективності. Розвиток теорій управління спирається на досвід різних епох людства, який в кінцевому рахунку також зводиться до пошуку відповіді на питання щодо визначення критеріїв ефективності господарської діяльності, які враховують баланс економічної та соціальної складової у її вимірі. Результатом такого розвитку стало виокремлення соціального підприємництва у самостійну форму ведення сучасного бізнесу, засади ефективного функціонування якої викликають зростаючий інтерес у науковій спільноті як на національному, так і на світовому рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Соціальне підприємництво є новим явищем у господарській практиці України, яке розглядається широким колом дослідників з різних галузей економічних, юридичних, психологічних та соціальних наук. Теоретичне підґрунтя сутності соціального підприємництва являє собою синтез категорій та понять економічної теорії, соціальної педагогіки, філософії, менеджменту, соціології, права, політології, що розкриває його багатогранність та складність, але, в той час, розвиває інтерес у науковій спільноті до дослідження цього явища. Так, змістовні результати досліджень економіко-правового стану соціального підприємництва в Україні за 2020 рік містяться у проєкті європейських аналітиків EU4Youth [1]. Значний внесок у розвиток теоретичних положень соціального підприємництва зроблено у працях Дж. Дііса [2], Е. Шоу та С. Картер [3], Л. Передо та М. МакЛіна [4], А. Фоулера [5],

П. Мерфі та С. Кубз [6]. Серед українських дослідників, які ґрунтовно та логічно розкрили сутнісні ознаки соціального підприємництва варто відзначити роботи А. Корнецького та Д. Нагаївської [7]. Для розкриття складових дефініцій поняття «соціальне підприємництво», змістовними є праці вчених: В. Буяшенко [11], Р. Мертон [12] (філософський підхід до аналізу змісту поняття «соціальна проблема»); Л. Лютої [14] та Ю. Швалби [15] (соціологічний підхід до визначення сутності соціальних потреб). Але, разом з тим, враховуючи значну кількість наукових публікацій з проблематики визначення змісту соціального підприємництва та досліджень його структурних елементів («соціальна потреба», «соціальна проблема», «соціальна цінність», «соціальний ефект» та «соціальна місія»), вітчизняній практиці не вистачає результатів теоретичних досліджень, які б враховували синтез змістовних понять явища соціального підприємництва як економічної категорії.

Постановка завдання. Метою дослідження є поглиблення теоретико-методичних аспектів визначення сутності соціального підприємництва як економічної категорії на підставі аналізу його змістоутворюючих понять та обґрунтування їх взаємних зв'язків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підходи науковців у проблемі визначення сутності поняття «соціальне підприємництво» дозволили виокремити гібридність як одну з основних його ознак, оскільки діяльність соціального підприємства ґрунтується задля забезпечення двох основних цілей існування – для досягнення соціального ефекту, який визначається вимірюваною соціальною цінністю та отриманням прибутку. Прообразом соціального підприємництва вважається засновник ордена францисканців Святий Франциск Ассизький (початок XIII століття), а також Роберт Оуен, засновник кооперативного руху (перша половина XIX століття) і багатьох інших.

Актуальність необхідності розвитку соціального підприємництва у національному та світовому масштабах обумовлюється зростаючим інтересом як вітчизняних так і зарубіжних науковців у дослідженні цієї проблеми. Для України це явище є новим та недостатньо дослідженим, що робить певні перешкоди при отриманні статистичної інформації щодо функціонування соціального бізнесу на національному рівні.

Досвід європейських країн у забезпеченні розвитку соціального підприємництва достатньо ґрунтовно відображено у аналітичному звіті групи експертів у галузі права, економіки та соціально-політичних наук для проєкту «EU4Youth – Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні». Так, за даними експертної групи, в Європі нараховується більш ніж 2 мільйони

соціальних підприємств, які забезпечують робочими місцями майже 11 мільйонів працівників, що становить 6% від всієї робочої сили регіону та 10% від всього європейського бізнесу [1].

Аналіз європейського досвіду щодо еволюції розбудови соціального підприємництва свідчить, що вперше така практика була запроваджена в Італії. Основу італійських соціальних підприємств того часу формували організації взаємодопомоги для надання соціальних послуг – соціальні кооперативи, яскравим прикладом яких був споживчий кооператив «Magazzino di previdenza», відкритий у Турині в 1854 році. Сьогодні європейським лідером у розвитку соціального підприємства вважається Велика Британія, де нараховується майже 70 тисяч соціальних підприємств, а забезпечено працею понад мільйона британців. Їх сумарний внесок в економіку становить понад 24 млрд. фунтів стерлінгів. За даними підсумків 2019 року 68% соціальних підприємств підтримують людей уразливих груп, 44% – працевлаштовують людей з уразливих груп, 28% працюють у найбільш депресивних районах країни [1].

Аналізуючи вітчизняний досвід розвитку соціального підприємництва, за дослідженнями експертної групи [1], у 2020 році в Україні працювало приблизно 1000 підприємств, які можна назвати соціальними. Відзначене прогресуюче зростання їх чисельності за останні 6 років на 82% обумовлено проявом політичної та геополітичної кризи, наслідком якої стала поява нових категорій осіб, які потребують соціальної підтримки (учасники бойових дій, внутрішньо переміщені особи, біженці тощо). Найбільша кількість соціальних підприємств знаходиться у м. Київ (20%), Львівській (10%), Полтавській (6%), Донецькій (6%), Київській (6%), Запорізькій (5%), Харківській (4%) областях. Найменше соціальних підприємств знаходиться у Волинській області [1].

Тож, широке розповсюдження ідей організації бізнесу у формі соціальних підприємств вимагає удосконалення понятійного апарату та концептуальних положень визначення сутності поняття «соціальне підприємництво». Результати теоретичного дослідження підтверджують багатоваріантність трактувань змісту соціального підприємства у зарубіжних та вітчизняних джерелах, що підтверджує зростаючий інтерес науковців до його розуміння. Так, перші згадування термінів «соціальне підприємництво» і «соціальний підприємець» відзначені у 1960–1970-х роках в англомовних джерелах, які розкривали питання впровадження соціальних змін. Розповсюдження та широкий вжиток зазначених термінів відбулося у 1980 роках завдяки їх популяризації американським бізнес-консультантом і менеджером Біллом Дрейтоном, якого прийнято вважати «хрещеним батьком соціального підприємництва».

Дослідження наукових підходів зарубіжних вчених до визначення сутності поняття «соціальне підприємництво» розкриває його багатоаспектність. Так, у поглядах Дж. Дііса соціальне підприємство розглядається як агент змін у соціальному секторі, які реалізуються завдяки:

- 1) адаптації місії для створення та підтримання соціальної цінності;
- 2) аналізу шляхів та пошуку можливостей реалізації нової місії;
- 3) активного впровадження інновацій, адаптації та підвищення мотивованості персоналу до освіти;
- 4) функціонування, яке обмежується не тільки наявними ресурсами;
- 5) підвищеній відповідальності за результати діяльності [2].

Результати дослідження Е. Шоу та С. Картер обґрунтовують соціальне підприємство як діяльність в межах громади, волонтерських, неприбуткових організацій або приватних фірм, що відбувається не заради прибутку, а заради соціальних результатів [3].

Наукові праці Л. Передо та М. МакЛіна висвітлюють сутність соціального підприємництва з позиції дії особи чи групи осіб задля створення соціальної цінності, яка утворюється як результат використання наявних можливостей, інновацій, прийняттям ризику в умовах обмежених ресурсів [4].

На думку А. Фоулера, соціальне підприємство є елементом створення значущих соціо економічних структур, взаємозв'язків інституцій, організацій та практик, які створюють та підтримують соціальні переваги [5].

Особливої уваги заслуговують погляди П. Мерфі та С. Кубза, які визначають соціальне підприємство як ефективний механізм створення цінності в соціальній, екологічній та природничій формах, що являє собою продовження соціальної відповідальності бізнесу [6].

Серед вітчизняних науковців належну увагу у визначенні сутності та умов забезпечення ефективного розвитку соціального підприємництва в Україні приділено у працях А. Корнецького та Д. Нагаївської. Науковці пропонують визначати соціальне підприємство як «інноваційний вид діяльності у формі неприбуткових організацій, завданням яких є створення вимірюваної соціальної цінності» [7].

За даними порталу ЛІГА: ЗАКОН Бізнес, соціальне підприємство розглядається як «підприємство, підприємство, підприємницька діяльність, що покликані вирішити соціальні проблеми та задовольнити потреби суспільства. Це унікальна можливість поєднання соціальної місії з бажанням заробити гроші, надати певні послуги та продати товари» [8].

Більш узагальнене визначення соціального підприємництва наведено у звіті експертів, де воно розглядається як «діяльність підприємств чи організацій, які функціонують з метою отримання прибутку і її спрямування на виконання соціальної місії в контексті вирішення суспільних проблем, або ж працюють у сфері неприбуткової діяльності, спрямованої на досягнення соціального ефекту» [1].

Отже, визначення сутності соціального підприємництва є неоднозначним у поглядах зарубіжних та вітчизняних науковців, спираючись на досвід яких, у зазначених дослідженнях запропоновано авторське бачення змісту соціального підприємництва, згідно якого його запропоновано визначати як інноваційний вид господарської діяльності, що спрямована на виконання стратегічної соціальної місії шляхом вирішення соціальних проблем та задоволення соціальних потреб цільової групи суспільства, результатом функціонування якої є створення вимірюваної соціальної цінності та досягнення соціального ефекту.

Дослідженнями встановлено, що всі підходи щодо визначення змісту соціального підприємництва ґрунтуються навколо понять «соціальна проблема», «соціальна потреба», «соціальні послуги», «вразливі категорії населення», «соціальна цінність», «соціальна місія», «соціальний ефект», – що обґрунтовує необхідність більш глибокого аналізу сутності зазначених дефініцій як тих, що формують концептуальні положення соціального підприємництва як економічної категорії.

Предметним полем дослідження перспектив розвитку соціального підприємництва є сукупність соціальних проблем суспільства, чинників їх формування та наслідків їх існування. Адже на етапі планування соціального підприємства ставиться у центр уваги вирішення певної соціальної проблеми та досягнення соціального ефекту. Отже, визначення сутності соціального підприємництва передбачає, перш за все, деталізацію дефініції «соціальний» у контексті розуміння понять «проблема», «ефект», «цінність» тощо. У словнику української мови термін «соціальний» трактується як «пов'язаний із життям і стосунками людей у суспільстві», «суспільний» або «породжений умовами суспільного життя, певного середовища, ладу» [9]. Словник іншомовних слів до зазначеного вище трактування додає описову характеристику, – «який має на меті зміну суспільних виробничих відносин» [10]. Тобто, у широкому розумінні соціальне підприємство виконує регулюючу та координуючу функцію управління суспільними відносинами.

Достатньо дискусійними та багатуокладними є засади розуміння сутності дефініції «соціальна проблема», яка є підґрунтям розвитку соціального підприємництва. У загальному розумінні соціальні

проблеми суспільства є причинами страждань певних верств населення, які не мають можливості отримати доступ до належного рівня життя. Саме соціальні проблеми є чинником формування соціальних потреб, на задоволення яких у кінцевому розумінні спрямована діяльність соціальних підприємств. Традиційно, при характеристиці змісту соціальної проблеми, вона розглядається як сукупність об'єктивних соціальних умов, які виступають перепонами нормальному розвитку суспільства, що дозволяє її визначати як соціальну патологію, дезорганізацію, дисфункцію, протиріччя та соціальну напругу [11].

У науці виокремлюють нормативний підхід та парадигму соціального конструктивізму до розкриття змісту поняття «соціальна проблема». Представниками нормативного підходу прийнято вважати Р. Мертона [12] та Р. Нібета, основні погляди яких ґрунтуються на тому, що соціальна проблема має змогу існувати, якщо існує значне розходження поміж тим, як вважають люди і тим, що повинно бути. Разом з тим, прибічники парадигми соціального конструктивізму розглядають її як конструкцію, створену індивідами чи групами, які привертають увагу спільноти до тих чи інших передбачуваних умов або ситуацій та виступають з вимогами їхньої зміни. У такому трактуванні центром занепокоєння виступає громадськість.

Порівнюючи обидва підходи до змісту такого суспільного явища як «соціальна проблема», визначається відмінність у методах її діагностики та подолання. Так, з позиції традиційного підходу, важливим є визначення масштабів розповсюдження соціальної проблеми, причини і факторів її виникнення, виокремлення соціальних функцій для її зменшення або повного усунення. В той час, соціальний конструктивізм, перш за все, цікавить визнання наявності самої проблеми, тобто, чи можна назвати те, що на даний час турбує саме соціальною проблемою, чи є це явище предметом занепокоєння та обговорення громадськістю, які соціальні групи формують базис розуміння цієї проблеми, яка реакція суспільства та політики на необхідність впровадження змін задля вирішення аналізованої соціальної проблеми.

Еволюція розвитку суспільства як системи підтверджує існування певної низки соціальних проблем, які є релевантними причинами їх виникнення. Таким чином, із зазначеного виходить, що пошук шляхів вирішення соціальних проблем суспільства є необхідною умовою забезпечення його соціально-економічного розвитку, а соціальне підприємництво, у свою чергу, виступає одним з інструментів їх подолання.

Серед основних причин існування соціальних проблем у суспільстві прийнято вважати наявність економічної, політичної або соціальної нерівності. Найбільш поширеними соціальними проблемами

узагальнено можна назвати наступні: бідність; голод; безробіття; витіснення війнами; малий доступ до освіти; злочинність, наркоманія та алкоголізм; расизм; знущання; корупція; самотність у літніх людей [13].

Соціальна проблема обумовлює появу соціальних потреб, остаточного визначення сутності змісту яких у науці ще не сформовано. У загальному розумінні термін «потреба» розкриває об'єктивну необхідність в отриманні чогось для підтримання існування. Наукові дослідження змістовного наповнення терміну «соціальна потреба» у чисельних поглядах вчених беруть свій початок з аналізу ієрархії потреб у піраміді А. Маслоу, яка є достатньо простим та наочним інструментом аналізу потреб як індивіда так і суспільства. У поглядах Л. Лютої щодо визначення сутності саме соціальних потреб, акцентується увага на наявності у їх структурі біологічної та соціальної складової. Так, незадоволені біологічні потреби можуть стати причиною антисоціальних вчинків. Соціальна складова потреб має вираження у: прагненні належати до певного кола людей; набутті визнання; повазі; спілкуванні; соціальних зв'язках; турботі про близького; прагненні спільної діяльності [14]. Але, разом з тим, система проблем, на задоволення яких спрямовується діяльність саме соціальних підприємств, має як спільні риси з загальнолюдськими потребами, так і свої специфічні особливості. В цьому контексті варто звернути увагу на класифікацію Ю. Швалба, який визначає наступні групи соціальних потреб:

- 1) потреби у залученні до соціально-економічного процесу;
- 2) потреби в соціальній адаптації;
- 3) потреба в соціалізації;
- 4) потреба у виключенні з маргінальної групи [15].

Наступним етапом дослідження теоретичних засад розвитку соціального підприємництва є визначення сутності поняття «соціальна цінність», оскільки процес її утворення та методів виміру є стратегічним завданням при плануванні діяльності соціальних підприємств. Будучи орієнтиром становлення суспільства, цінності відображають систему поглядів та норм на кожному етапі його еволюції, що обумовлює зміну їх структури та змісту в залежності від умов зовнішнього середовища. Ключовим суб'єктом у розумінні змісту соціальних цінностей є суспільство, соціальна група або особистість, оскільки саме вони визначають ступінь їх відповідності або невідповідності потребам суспільства.

Враховуючи окремі тези соціальної педагогіки до визначення сутнісних ознак соціальних цінностей, варто зазначити, що уособлюючи собою предмет або соціальне явище, цінність відображує зміст суспільної свідомості та рівень його розвитку. При визначенні способів та методів виміру

утворюваних соціальних цінностей як результату діяльності соціального підприємництва, необхідно враховувати їх види за різними ознаками класифікації, що дозволить поглибити дослідження та визначити можливі сфери формування та утворення соціальної цінності у конкретних умовах господарювання. Для цього варто взяти до уваги загальновідомі у соціальній педагогіці сфери життєдіяльності соціуму (екологія, наука, економіка, управління, медицина, педагогіка, мистецтво, фізкультура і спорт). Тож, враховуючи зазначене вище, логічним є твердження, що типи соціальних цінностей мають пряму залежність від сфер життєдіяльності соціуму, які визначають їх вид, зміст та структуру. Отже, при бізнес-плануванні соціального підприємництва пропонується брати до уваги можливі сфери утворення соціальних цінностей, які мають наступну класифікацію: за змістом: педагогічні; економічні; політичні; за полярністю: позитивні; негативні; за соціальною значимістю: морально-етичні; культурні; матеріальні; за індивідуальною приналежністю; за цілеполяганням: абсолютні; інструментальні.

Відокремлена сукупність можливих до утворення соціальних цінностей як загального результату діяльності соціального підприємництва є підставою для визначення можливого соціального ефекту, досягнення якого стане реальним при успішному плануванні соціального бізнесу.

У буквальному розумінні вище було зазначено, що термін «соціальний» розуміється як «пов'язаний із життям і стосунками людей у суспільстві; суспільний» [9], а ефект трактується як «результат, наслідок яких-небудь причин, сил, дій, заходів» [9]. Стосовно визначення змістовного наповнення явища «соціальний ефект», узагальнено надано його характеристику у джерелі [16], де він розкривається як «результат діяльності фірми в областях народного господарства, який знаходить відображення в тенденціях розвитку суспільства і не піддається точному обчисленню. Підприємство своїми діями або бездіяльністю змінює соціальне середовище, і ці зміни легко виявити як позитивні, так і негативні» [16].

Позитивним проявом досягнення соціального ефекту від діяльності суб'єктів господарювання вважається наступне: відхід від ручної праці; скорочення часу роботи; зростання творчої складової у створенні товарів і послуг та їх просуванні; підвищення матеріального рівня життя працездатної частини населення; підвищений інтерес до охорони навколишнього середовища; здоровий спосіб життя і дбайливе ставлення до організму та його потреб; різноманітність розваг і можливостей культурного пізнання [16].

При визначенні позитивного соціального ефекту від діяльності саме соціальних підприємств, необхідно враховувати характеристики цільової аудиторії, тобто, груп людей з вразливих верств населення, які можуть стати об'єктом уваги соціального бізнесу: інваліди; внутрішньо переміщені особи; національні меншини; люди похилого віку; молодь; люди із залежностями; люди, що вийшли з місць позбавлення волі; ВІЛ-позитивні люди; багатодітні мами; люди з особливими потребами; діти-сироти та діти, позбавлені батьківського піклування. В такому разі позитивний соціальний ефект від соціального бізнесу може бути досягнуто, перш за все, за рахунок утворення у осіб, які являють собою цільову аудиторію, відчуття причетності до суспільної праці та своєю необхідністю у суспільстві, що служить внутрішнім мотивом до зайнятості суспільно корисною працею. Також позитивним ефектом соціального бізнесу є пропаганда доброти та благодійності, що дозволяє розвивати у суспільстві такі цінності як взаємодопомога та доброзичливість, які у свою чергу утворюють фундамент формування особистості.

Узагальнення розглянутих у дослідженні теоретичних положень та наукових підходів щодо організації та розвитку соціального підприємництва в Україні стало підставою розробки структурної схеми взаємозв'язків його основних категорій, рис. 1.

Практичне використання запропонованої структурної схеми взаємозв'язків основних категорій поняття «соціальне підприємництво» дозволить провести ґрунтовне дослідження всіх сфер виникнення бізнес-ідеї, від аналізу соціальної проблеми та умов її виникнення до сформованої соціальної місії.

Разом з тим, сьогодні існують деякі перепони до організаційного розвитку соціального підприємництва в Україні, які обумовлюються недосконалістю нормативно-правової бази до його регулювання, що пояснюється, перш за все, відсутністю самого поняття «соціальне підприємництво» у нормативних актах. Але, спрямовуючись на досягнення соціально-економічних цілей та наголошуючи на необхідності впровадження певних змін у державній політиці, наукова спільнота ставить пріоритети розвитку соціального підприємництва на новий рівень. Так, незважаючи на недосконалість нормативно-правової бази, як свідчать статистичні дані, кількість соціальних підприємств щороку збільшується у різних організаційно-правових формах, що дає можливість підприємцю обрати найбільш оптимальну бізнес-модель та систему оподаткування. Зазначене свідчить, що соціальне підприємство може бути організовано к у вигляді комерційного проєкту громадської організації, так і у формі публічного акціонерного товариства.



Рис. 1. Основні категорії організації соціального підприємництва

Джерело: розробка автора

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, проведені дослідження дозволили розкрити сутність соціального підприємництва через низку категорій, логічний зв'язок між якими розкривається рухом мислення від визначення соціальних проблем у суспільстві, які породжують систему соціальних потреб, осмислення способів задоволення яких стає джерелом формування бізнес-ідеї щодо організації діяльності соціальних підприємств, до розробки системи методів утворення вимірюваних соціальних цінностей задля досягнення соціального ефекту як на мікро-, так і на макрорівнях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. EU4Youth – Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні». URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian_0.pdf (дата звернення: 02.05.2022).
2. Dees, J. Gregory. «The meaning of social entrepreneurship», 1998. URL: https://www.academia.edu/7911863/The_Meaning_of_Social_Entrepreneurship_ (дата звернення: 05.05.2022).
3. Shaw, Eleanor, and Sara Carter. «Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes». *Journal of small business and enterprise development* 14.3 (2007): pp. 418–434.
4. Peredo, Ana Maria, and Murdith McLean. «Social entrepreneurship: A critical review of the concept». *Journal of world business*, 41.1 (2006): pp. 56–65.
5. Fowler, Alan. «NGDOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation?» *Third world quarterly*, 21.4 (2000): pp. 637–654.
6. Murphy, Patrick J., and Susan M. Coombes. «A model of social entrepreneurial discovery». *Journal of business ethics*, 87.3 (2009): pp. 325–336.
7. Корнецький А. О., Нараївська Д. Ю. Соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу: визначення, критерії та регулювання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 204–208. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_11_46 (дата звернення: 10.05.2022).
8. Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби. *Портал ЛІГА: ЗАКОН*. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vidpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi (дата звернення: 10.05.2022).
9. Словник української мови. URL: <http://ukrlit.org/slovyk> (дата звернення: 12.05.2022).
10. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/sis/index.shtml> (дата звернення: 12.05.2022).
11. Буяшенко В. В. Соціальна проблема як предметне поле діяльності соціального піклування. *Гілея. Філософські науки*. Випуск 62. С. 337–346. URL: http://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Buyashenko_2012_3.pdf (дата звернення: 19.05.2022).

12. Мертон Р.К. Социальная теория и социальная структура. Москва : АСТ, АСТ Москва, Хранитель, 2006. 873 с.

13. Соціальні проблеми: характеристика, причини, приклади. URL: <https://uk.warbletoncouncil.org/ejemplos-de-problemas-sociales-16401> (дата звернення: 20.05.2022).

14. Люта Л. П. Інституалізація соціальних потреб як передумова виникнення соціальної роботи. *Актуальні проблеми психології*. 2014. Том 7. Вип. 35. С. 134–142. URL : <http://appsychology.org.ua/data/jrn/v7/i35/16.pdf> (дата звернення: 22.05.2022).

15. Психологія соціальної роботи: підручник / За ред. Ю. М. Швалба. К., ВПЦ «Київський університет», 2010. 272 с.

16. Що таке соціальний ефект? URL: <https://gazette.com.ua/edu/shcho-take-sotsialnij-efekt.html> (дата звернення: 25.05.2022).

REFERENCES:

1. Sotsialne pidpriemnytstvo v Ukraini. Ekonomiko-pravovyi analiz. EU4Youth – Rozkryttia potentsialu molydykh sotsialnykh pidpriemtsiv v Moldovi ta Ukraini». Available at: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian_0.pdf (accessed 02 May 2022).
2. Dees, J. Gregory (1998) «The meaning of social entrepreneurship». Available at: https://www.academia.edu/7911863/The_Meaning_of_Social_Entrepreneurship_ (accessed 05 May 2022).
3. Shaw, Eleanor, and Sara Carter (2007) «Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes». *Journal of small business and enterprise development*, 14.3: pp. 418–434.
4. Peredo, Ana Maria, and Murdith McLean. (2006) «Social entrepreneurship: A critical review of the concept». *Journal of world business*, 41.1: pp. 56–65.
5. Fowler, Alan (2000) «NGDOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation?» *Third world quarterly* 21.4: pp. 637–654.
6. Murphy, Patrick J., and Susan M. Coombes (2009) «A model of social entrepreneurial discovery». *Journal of business ethics*, 87.3: pp. 325–336.
7. Kornetskyi A. O., Nahaivska D. Yu. (2016) Sotsialne pidpriemnytstvo i sotsialna vidpovidalnist biznesu: vyznachennia, kryterii ta rehuliuвання. [Social entrepreneurship and social responsibility of business: definitions, criteria and regulation]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, no. 11, pp. 204–207. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_11_46 (accessed 10 May 2022).
8. Sotsialne pidpriemnytstvo yak vidpovid suspilstva na sotsialni potreby. *Portal LIHA: ZAKON*. Available at: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vidpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi (accessed 10 May 2022).
9. Slovyk ukrainskoi movy. Available at: <http://ukrlit.org/slovyk> (accessed 12 May 2022).
10. Slovyk inshomovnykh sliv. Available at: <https://www.jnsm.com.ua/sis/index.shtml> (accessed 12 May 2022).

11. Buiashenko V. V. Sotsialna problema yak predmetne pole diialnosti sotsialnoho pikluvannia [The social problem as a substantive field of social care]. *Hileia. Filosofski nauky*, no. 62, pp. 337–346. Available at: http://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Buyashenko_2012_3.pdf (accessed 19 May 2022).

12. Merton R. K. (2006) Social'naya teoriya i social'naya struktura [Social theory and social structure]. Moscow: AST, AST Moscow, Hranitel'. 873 p. (in Russian).

13. Sotsialni problemy: kharakterystyka, prychny, pryklady. Available at: <https://uk.warbletoncouncil.org/ ejemplos-de-problemas-sociales-16401> (accessed 20 May 2022).

14. Liuta L. P. (2014) Instytualizatsiia sotsialnykh potreb yak peredumova vynyknennia sotsialnoi roboty [Institutionalization of social needs as a prerequisite for the emergence of social work]. *Aktualni problemy psykhologii*. Tom 7, no. 35, pp. 134–142. Available at: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v7/i35/16.pdf> (accessed 22 May 2022).

15. Psykholohiia sotsialnoi roboty: pidruchnyk [Psychology of social work: a textbook]. Ed. Yu. M. Shvalba. Kyiv, VPTs «Kyivskiy universytet», 2010. 272 p. (in Ukrainian).

16. Shcho take sotsialnyi efekt? Available at: <https://gazette.com.ua/edu/shcho-take-sotsialnij-efekt.html> (accessed 25 May 2022).