Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

КОМІСАРЕНКО АННА ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 342.9:[330.341.2:334.72+316.334.23](043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СИСТЕМІ ВЗАЄМОВІДНОСИН ДЕРЖАВИ І СУСПІЛЬСТВА

Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»
Галузь знань 28 «Публічне управління та адміністрування»

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії у галузі публічного управління та адміністрування

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело
_____ А. О. Комісаренко

Науковий керівник: Голубь Валерія Володимирівна, доктор наук з державного управління, професор

КИЇВ–2024

АНОТАЦІЯ

Комісаренко А.О. Інституціоналізація соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 28 «Публічне управління та адміністрування» за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування». – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2024.

Актуальність вивчення інституалізації соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства в Україні зумовлена необхідністю глибокого розуміння інституціонального контексту з метою створення сприятливих умов та ефективної роботи соціальних підприємств і досягнення їх цілей. Вивчення інституційного середовища допомагає зрозуміти, як ефективно розвивати соціальне підприємництво для вирішення конкретних проблем в українському суспільстві.

Дослідження інституційних аспектів дає змогу розробити та покращити інфраструктуру для соціальних підприємств. Це включає розробку відповідного законодавства, програм підтримки, доступ до фінансування та інших ресурсів. Розуміння інституціонального середовища допомагає створити умови для приваблення інвестицій у соціальні підприємства. Це є важливим фактором для забезпечення їх фінансової стійкості та розвитку.

У межах дисертації досліджено процес інституціоналізації та розвитку правової бази соціального підприємництва в окремих європейських країнах, систему державних органів, які мають владні повноваження в цій сфері, обміну інформацією та координації спільних зусиль, розподіл повноважень між ними; проаналізовано поточний стан розвитку соціального підприємництва в Україні. Розглянуто напрями розвитку публічного управління соціальним підприємництвом, джерела підтримки з боку держави та порядок міжсуб'єктної взаємодії.

За результатами дослідження обґрунтовано та розроблено структуру основних моделей соціального підприємства в умовах України, включаючи юридичний, економічний, соціокультурний виміри. Такий комплексний підхід дає змогу зрозуміти глибинні та взаємопов'язані аспекти цього явища.

Запропоновано авторську інтерпретацію соціального підприємства у вигляді модельної конструкції, що включає: концептуальне обґрунтування даного феномену як репрезентації взаємодії держави та суспільства; цілепокладальну складову, спрямовану на підтримку соціальної відповідальності бізнесу і забезпечення сталого розвитку економіки та інклюзії; структурно-функціональну складову, що складається з таких компонентів соціального підприємництва, як: а) цінність економічної (для бенефіціарів) та соціальної (для клієнтів) пропозиції; б) оцінка ресурсів забезпечення взаємодії держави та суспільства; в) способи розподілу вигоди між бенефіціарами; г) характер відносин з клієнтами; д) партнерська мережа; е) підприємницька діяльність.

Водночас інституційну спроможність означеної моделі запропоновано розглядати як здатність ефективно виконувати свої функції та завдання в системі взаємовідносин неурядових організацій, громадського сектора і держави. Дослідження враховує актуальні виклики сучасного суспільства, такі як соціальна відповідальність бізнесу, розвиток інклюзивних моделей економіки та забезпечення сталого розвитку.

У дисертації визначено механізми розвитку системи публічного управління соціального підприємництва – організаційні, інституційні, правові, комунікаційні тощо. Дослідження інституціональних аспектів соціального підприємництва сприяє формуванню підприємницької культури, яка підтримує інновації та вирішення соціальних проблем. Водночас визначено можливі шляхи інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави та суспільства, серед яких створення чіткої законодавчої бази, яка буде визначати правовий статус соціальних

підприємств і забезпечувати їм доступ до різноманітних форм підтримки й фінансування.

Запропоновано систему підходів щодо використання в соціальних підприємствах бізнес-моделей, раніше розроблених для комерційних підприємств та апробованих у їх роботі. Застосування цих моделей в економічній діяльності нових гібридних форм засвідчує важливість залучення такого досвіду для нових видів соціальних підприємств.

Ключові слова: соціальне підприємництво, інституціоналізація, інституалізаційний підхід, соціальні механізми, соціальна сфера, прийняття рішень, інновації, публічне управління, управління соціальним розвитком, соціальне лідерство, нормативно-законодавче забезпечення, громадянське суспільство, модель, механізми управління, зарубіжний досвід.

ABSTRACT

Komisarenko A.O. Institutionalization of social entrepreneurship in the system of relations between the state and society. – Qualification scientific work as a manuscript.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the field of knowledge 28 «Public Management and Administration» by specialty 281 «Public Management and Administration». – Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2024.

The relevance of studying the institutionalization of social entrepreneurship in the system of relations between the state and society in Ukraine is determined by the need for a deep understanding of the institutional context, for creating favorable conditions and effective work of social enterprises and achieving their goals. The study of the institutional environment helps to understand how to effectively develop social entrepreneurship to solve specific problems in Ukrainian society.

The research of institutional aspects allows to develop and improve the infrastructure for social enterprises. This includes developing appropriate

legislation, support programs, access to funding, and other resources. Understanding the institutional environment helps to create the conditions for attracting investment in social enterprises. This is an important factor in ensuring financial sustainability and the development of social enterprises.

Within the framework of the dissertation, the process of institutionalization and development of the legal framework of social entrepreneurship in certain European countries, the system of authorities with power in this area, the procedure for their interaction, the exchange of information and coordination of joint efforts, the distribution of powers between them are studied; the current state of development of social entrepreneurship in Ukraine is analyzed. The directions of development of public management of social entrepreneurship, sources of support from the state and the procedure of inter-subject interaction are considered.

The author's interpretation of a social enterprise in the form of a model construction is proposed, which includes: conceptual justification of this phenomenon as a representation of the interaction of the state and society; a targeted component aimed at supporting social responsibility of business and ensuring sustainable development of the economy and inclusion; a structural and functional component consisting of such components of a social enterprise as: a) the value of the economic (for beneficiaries) and social (for customers) offer; b) assessment of resources for ensuring interaction between the state and society; c) methods of benefit distribution among beneficiaries; d) nature of relations with clients; e) partner network; f) entrepreneurial activity.

At the same time, the institutional capacity of this model is proposed to be considered as the ability to effectively perform its functions and tasks in the system of relations between non-governmental organizations, the public sector and the state. The study takes into account the current challenges of modern society, such as the social responsibility of business, the development of inclusive models of the economy and ensuring sustainable development.

The dissertation defines the mechanisms of development of the system of public administration of social entrepreneurship - organizational, institutional, legal,

communication, etc. The study of institutional aspects of social entrepreneurship contributes to the formation of an entrepreneurial culture that supports innovation and the solution of social problems. Simultaneously, possible ways of institutionalization of social entrepreneurship in the system of relations between the state and society have been identified, including the creation of a clear legislative framework that will determine the legal status of social enterprises and provide them with access to various forms of support and financing.

A system of approaches to the use of business solutions previously developed for commercial enterprises in social enterprises has been proposed. The use of business models tested in the work of commercial enterprises is important for the success of a social enterprise, the use of business models in the economic activity of new hybrid forms, suggests the need to use the experience of commercial enterprises for new forms of social enterprises.

Keywords: social entrepreneurship, institutionalization, institutionalization approach, social mechanisms, social sphere, social system, decision-making, innovation, public management, social development management, social leaderschip, regulatory and legislative support, civil society, model, management mechanisms, foreign experience.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Праці, які відображають основні наукові результати дисертації:

1. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як механізм соціальних перетворень і сталого розвитку підприємницької діяльності. *Право та державне управління*. 2021. Вип. 1. С. 146–153.

2. Комісаренко А. О. Пандемія COVID-19 як каталізатор соціальних перетворень. *Державне будівництво*. 2021. Вип. 1. С. 100–112.

3. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як ефективний механізм сталого розвитку в Україні. *Вісник НАДУ. Серія: Державне управління*. 2021. Вип. 1. С. 140–147.

4. Комісаренко А. О. Суспільство, держава, економіка: закономірності взаємодії. Розвиток держави через соціальні механізми соціального простору. *Вчені записки*. 2022. Вип. 1. Т. 33 (72). С. 51–57.

5. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як інструмент соціальної політики : зб. наук. пр. *Право та державне управління.* 2022. Вип. 1. С. 151–155.

6. Комісаренко А. О. Розвиток держави через інноваційні механізми соціального простору : зб. наук. пр. *Право та державне управління. Серія Методологія, теорія та історія публічного управління*. 2022. Вип. 3. С. 128–132. URL: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/issue-3-2022

7. Комісаренко А. О. Зарубіжний досвід інституалізації та розвитку соціального підприємництва. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія: Екологія. Публічне управління та адміністрування.* 2023. Вип. 3. С. 105–110.

Статті в іноземних виданнях
(статті у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science):

8. Kryshtanovych S., Lyubomirova N., Tymofeev S., Shmygel O., Komisarenko A. Modeling Ways of Counteraction to External Threats to Corporate Security of Engineering Enterprises in the Context of COVID-19. *International Information and Engineering Technology Assotiation, International Journal of Safety and Security*. 2022. № 12 (2). P. 217–222.

Праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

9. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як механізм соціальних перетворень та сталого розвитку підприємницької діяльності. *Публічне управління та адміністрування: конкурентні виклики сучасності* : IV Всеукр. наук.-практ. ін-т-конф., Львів, 9 квітня 2021 р. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2021. С. 24–25.

10. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як механізм соціально орієнтованого розвитку держави та суспільства. *Соціально-відповідальне суспільство: реалії, виклики, перспективи :* Всеукр. наук. конф. м. Мелітополь, 14 травня 2021 р. Мелітополь : Таврійський ДАУ імені Дмитра Моторного, 2021. С. 72–74.

11. Комісаренко А. О. Роль держави в розвитку соціального підприємництва. *Модернізація професійної підготовки державних службовців в умовах глобальних викликів та сучасних змін в суспільстві :* Міжнар. круглий стіл Україна – Литва, м. Київ, 8 липня 2021 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2021. С. 29–30.

12. Комісаренко А. О. Пандемія COVID-19 як каталізатор соціальних перетворень. *30 років незалежності України: досягнення, виклики, перспективи :* Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 вересня 2021 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2021. С. 180–182.

13. Комісаренко А. О. Публічне управління та адміністрування економічними процесами в умовах пандемії COVID-19. *Публічне управління та адміністрування на сучасному етапі державотворення* : І Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. 20–21 жовтня 2021 р. Київ, 2021. С. 44–45.

14. Комісаренко А. О. Роль соціального підприємнтцтва в розвитку соціально-економічних відносин в Україні. *Наука, освіта, технології та суспільство: актуальні проблеми теорії та практики :* Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 25 травня 2022 р. Полтава : Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2022. С. 57–58.

15. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво в Україні як спосіб захисту незахищених верств населення під час війни. *Глобалізаційні виклики: урядування майбутнього» :* Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 7–8 червня 2022 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2022. С. 40–41.

16. Комісаренко А. О. Проблеми соціального підприємництва в умовах війни в Україні. *Шевченківська весна – 2022: публічне управління та державна*

служба : Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 квітня 2022 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2022. С. 142–143.

17. Комісаренко А. О. Розвиток держави через механізми соціального простору. *Незалежність України: сучасна доктрина і практика публічного управління :* Міжнар. круглий стіл до Дня незалежності України, м. Київ, 22 серпня 2022 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2022. С. 140–142.

18. Комісаренко А. О. Розвиток держави через інноваційні механізми соціального простору. *Вітчизняний парламентаризм: сучасні виміри гідності та свободи українського народу :* Міжнар. круглий стіл до Дня Гідності та Свободи України НРІ ПУДС КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ, 23 листопада 2022 р. Київ, 2022. С. 69–70.

19. Комісаренко А. О. Особливості соціального підприємництва в кризовий період. *Соборність України: політика духовної спільності, національних традицій і цінностей* : 10-й ювілейний щорічний Всеукр. наук.-практ. круглий стіл до Дня Соборності України, м. Київ, 25 січня 2023 р. Київ : НРІ ПУДС КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. С. 71–72.

20. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як інструмент соціальної політики. *Шевченківська весна – 2023: публічне управління та державна служба :* XXI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 23 березня 2023 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. С. 19–20.

21. Комісаренко А. О. Особливості розвитку соціального підприємництва в кризовий період. *Fut ure of Work: Technological, Generational and Social Shifts :* II Міжнар. наук.-практ. ін-т-конф. Наукове товариство студентів, аспірантів і молодих вчених Дніпровської академії неперервної освіти (Дніпро, Україна) та редакція Міжнародного електронного науково-практичного журналу «WayScience», м. Дніпро, 11–12 травня 2023 р. Дніпро, 2023. С. 93–94.

ЗМІСТ

ВСТУП..... 13

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ 24

1.1. Ступінь наукової розробки соціального підприємництва у сучасному науковому дискусі 24

1.2. Методологічний аналіз інституалізації як специфічної категорії .. 39

1.3. Термінологічна проблема понять: «інституціоналізація», «інституціалізація» та «інституалізація» 46

Висновки до розділу 1 65

РОЗДІЛ 2 ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА І ДЕРЖАВИ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕХАНІЗМИ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ 69

2.1. Особливості соціального підприємництва в сучасній Україні як інноваційної соціальної технології в системі взаємовідносин держави і суспільства 69

2.2. Зарубіжний досвід інституціоналізації та розвитку соціального підприємництва у взаємодії держави і суспільства 90

2.3. Особливості розвитку соціального підприємництва в кризовий період: пандемія COVID-19 та воєнний стан в Україні як каталізатор соціальних перетворень 108

Висновки до розділу 2 118

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ДЕРЖАВИ У СТВОРЕННІ СПРИЯТЛИВИХ УМОВ ДЛЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ..... 124

3.1. Практики застосування основних моделей соціального підприємництва в Україні 124

3.2. Соціальне підприємництво як інструмент сучасної соціальної політики 154

3.3. Практичні пропозиції щодо інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави та суспільства в Україні 171

Висновки до розділу 3 183

ВИСНОВКИ 187

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 194

ДОДАТКИ 222

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

АТО – Антитерористична операція

ВВП – внутрішній валовий продукт

ВПО – внутрішньо переміщена особа

ВРУ – Верховна Рада України

ДСНС – Державна служба України із надзвичайних ситуацій

ЄДР – Єдиний державний реєстр

ЄРСПУ – Єдиний реєстр соціальних підприємств України

ЗУ – Закон України

КМУ – Кабінет Міністрів України

ОДА – обласна державна адміністрація

ОСББ – об'єднання співвласників багатоквартирного будинку

ОТГ – об'єднана територіальна громада

ООН – Організація Об'єднаних Націй

ОСН – органи самоорганізації населення

ООС – організація об'єднаних сил

ПП – приватне підприємство

РАС – розлади аутичного спектра

СП – соціальне підприємництво

СПТІ – соціальні підприємства трудової інтеграції

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю

ФОП – фізична особа – підприємець

УБД – учасник бойових дій

NGO – NonGovernmental Organization (неурядова організація)

ВСТУП

Актуальність дослідження теми можна обґрунтувати декількома ключовими чинниками, що взаємопов'язані між собою в єдину систему. Сучасна економіка війни стимулює розвиток соціального підприємництва як моделі, яка поєднує бізнес-аспекти з вирішенням соціальних проблем завдяки природі подвійної мети, коли соціальні підприємства не лише мають забезпечувати фінансову стійкість через бізнес-операції, але й активно приносити користь суспільству, вирішуючи конкретні соціальні або екологічні проблеми. Соціальне підприємництво використовує інноваційні методи та підходи для розв'язання соціальних проблем і залучає фінансування через соціальні інвестиції для реалізації різноманітних бізнес-моделей залежно від характеру своєї діяльності. Як інституція воно має великий вплив на системні зміни у суспільстві й активно взаємодіє з різними секторами, має потенціал змінити підходи до вирішення соціальних проблем і стати джерелом інновацій для інших галузей.

В Україні цей напрям ще розвивається, тому його вивчення дасть змогу розуміти особливості його інституційного впровадження. Українська влада, як і суспільство, виявляє інтерес до розвитку соціального підприємництва. Розуміння того, як державні інституції можуть ефективно сприяти цьому розвитку і регулювати його, є ключовим для створення сприятливого середовища. Спільноти та громадські організації в Україні шукають інноваційні способи вирішення соціальних проблем, тому соціальне підприємництво може бути важливим інструментом у цьому контексті. Вивчення інституціоналізації соціального підприємництва в інших країнах допоможе врахувати найкращі практики та уникнути можливих помилок у процесі його впровадження як інституції в Україні. Соціальне підприємництво відіграє важливу роль у сталому розвитку економіки України під час війни. Розуміння й удосконалення його місця в системі взаємовідносин держави і суспільства сприятиме збалансованому економічному та соціальному

розвитку. Відтак дослідження цієї теми в Україні є актуальним і може служити підґрунтям для подальшого формування політики, спрямованої на підтримку та розвиток соціального підприємництва в країні. У постконфліктний період розвиток соціального підприємництва стане ще більш актуальним у зв'язку зі значною інвалідізацією суспільства, необхідністю соціальної адаптації військовослужбовців та наданням робочих місць особам з інвалідністю.

Теоретико-методологічний інструментарій дисертації охоплює здебільшого наукові дослідження кінця XX – початку XXI ст. Загальні засади дослідження розвитку соціального підприємництва обговорювали як українські, так і зарубіжні вчені. Зокрема, слід відзначити перші важливі праці в цій сфері, які належать таким видатним науковцям, як Г. Діз (G. Dees) [185], Б. Дрейтон (B. Drayton) [192], Дж. Мер (J. Mair) [219] та І. Мартін (I. Martin) [220].

Сутність підприємництва як сфери людської діяльності була детально розкрита у працях видатних філософів та економістів, зокрема П. Друкера [193], А. Сміта [150], Й. Шумпетера [169]. Сучасні українські науковці, такі як В. Бакуменко [3], А. Дєгтяр [41], М. Надолішній [49], у своїх дослідженнях розглядають принципи формування соціального підприємництва та фактори, що сприяють його розвитку.

Аспекти соціальних зв'язків як соціальних трансформацій у сфері соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу розглянуто у працях О. Бігняка [6], Г. Осовської [97] та інших вчених. Іноземні дослідники переважно зосереджували увагу на питаннях трансформації соціальної сфери, наприклад, Б. Левескю (B. Lévesque) [217], а також особливостях функціонування неприбуткових організацій, які досліджують Б. Левек (B. Lévesque) [217], К. Бордзага (C. Borzaga) [179] та ін.

Можна відзначити низку зарубіжних науковців, які активно досліджують соціальне підприємництво на різних рівнях, включаючи глобальний, національний та регіональний, зокрема С. Алворд [176], С. Вурро [186], Г. Діз [185], Б. Дрейтон [192], М. Маклін [231],

Дж. Мейр [219], Дж. Робінсон [173] та ін. Українські вчені, такі як З. Галушка [23], М. Голуб [28], В. Голубь [30], Л. Гонюкова [33], О. Кірєєва [64], О. Кожем'яченко [67], Л. Кот [73], Н. Ларіна [261], М. Петровський [100], О. Солосіч [151], вивчають соціальні аспекти підприємництва в контексті України. Питання соціально відповідального бізнесу, включаючи дослідження таких науковців, як В. Бобров [14], Г. Осовська [98], О. Сандакова [139], також знаходять своє місце в науковому дискурсі. Питанням управління соціальною сферою, а також правовим аспектам присвячені праці В. Гошовської [262] та Н. Максименцевої [263].

Перспективи розвитку можливих напрямів соціального підприємництва в Україні ретельно вивчають О. Загакайло [52], Ю. Роменська [135], В. Вольвач [22]. Дослідженню теоретичних засад феномену соціального підприємництва, його інноваційних можливостей у сучасних умовах присвячені праці М. Куц [79].

Вивченням процесу інституціоналізації та розвитку правової бази соціального підприємництва в окремих європейських країнах займались К. Дубич [48], Дж. Дефурні [186], С. Гортон [208], Д. Ферн [242]. Вони досліджували різноманітні аспекти видів та практичної діяльності європейських соціальних підприємств. Інші здобутки, присвячені специфіці впровадження європейського досвіду в Україні та інших посткомуністичних країнах, належать таким науковцям, як Н. Булейн [160], М. Дімітрова [160], М. Наумова [90], З. Свереда [140], Р. Тофтісова-Матерон [160].

У розробку теоретико-методологічних і практичних засад соціального підприємництва, а також у вивчення практики соціального підприємництва та обґрунтування відмінностей між соціальними й комерційними підприємствами зробили вагомий внесок такі зарубіжні науковці, як С. Алворд [176], Г. Діз [185], Ф. Спреклі [156] та ін.

Дослідженню особливостей існування соціального підприємства та управління його фінансовою діяльністю в Україні присвячені праці Н. Гусак [143], З. Галушки [23], О. Кірєєвої [64], А. Корнецького [72],

Й. Рябця [1] та ін. Науковці не лише розглядають та розробляють концепції розвитку соціального підприємництва в Україні, але й приділяють увагу соціальному підприємництву як конструктору державної соціальної політики. Теорію соціальної держави, що лежить в основі формування соціального підприємництва, вивчали А. Вагнер [258], Г. Мюрдаль [223]. Значущий внесок у розуміння суті й теорії розвитку держави в сучасному соціальному підприємництві зробили такі вчені, як К. Альтер [175], Г. Діз [185], Б. Дрейтон [192], Р. Мартін [220], С. Осберг [220], Дж. Робінсон [173] та ін.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження проведено в межах комплексного наукового проєкту «Державне управління та місцеве самоврядування» (ДР № 0199U002827) Національної академії державного управління при Президентові України за темою науково-дослідної роботи «Врегулювання воєнно-політичних конфліктів: стратегії та інструменти вирішення» (ДР № 0199U101522), у рамках якої автором визначено вплив інституалізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави та суспільства на запобігання виникненню конфліктів, а також їх врегулювання шляхом залучення громадськості до вирішення нагальних соціальних питань.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства.

Для досягнення мети було поставлено такі *завдання*:

– узагальнити основні теоретичні підходи вітчизняних і зарубіжних фахівців щодо соціального підприємництва;

– визначити інституціоналізацію як специфічну наукову категорію і розкрити сутність понять «інституціоналізація», «інституціалізація» та «інституалізація»;

– узагальнити особливості соціального підприємництва в сучасній Україні як інноваційної соціальної технології в системі взаємовідносин держави і суспільства;

– порівняти зарубіжний досвід інституціоналізації та розвитку соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства;

– визначити й обґрунтувати практики застосування основних моделей соціального підприємництва в Україні в системі взаємовідносин держави і суспільства;

– розробити практичні рекомендації щодо інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства.

Об'єкт дослідження – соціальне підприємництво.

Предмет дослідження – інституціоналізація соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства в Україні.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань було застосовано низку методів дослідження, зокрема:

– системний та структурно-функціональний аналіз використано для комплексного дослідження інституціональних аспектів соціального підприємництва в Україні та світі;

– компаративний аналіз – під час дослідження досвіду країн ЄС у частині реалізації соціального підприємництва, взаємодії із суспільством, застосування інноваційних моделей соціального підприємництва;

– прогнозування – у процесі аналізу розробки та запровадження стратегічних документів (стратегії розвитку соціального підприємництва, плану заходів та відповідної програми);

– індукція й дедукція – для аналізу рівня наукового дослідження визначеної теми та виявлення недоліків у нормативно-правовій базі;

– структурний та статистичний аналіз для розробки практичних рекомендацій щодо інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства;

– порівняння – під час вивчення досвіду країн ЄС у частині функціонування різних моделей соціального підприємництва, їх переваг та недоліків тощо.

Використання цих методів у поєднанні дало змогу здійснити глибокий аналіз та запропонувати комплексне визначення інституціональних взаємовідносин соціального підприємництва в Україні. Дослідження базується на чинному законодавстві України та нормах права країн ЄС, охоплює вивчення нормативно-правового середовища, економічних стимулів, соціальних впливів та інших аспектів, що визначають взаємодію соціальних підприємств з державним апаратом та громадянським суспільством у контексті системи взаємовідносин.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в особистому внеску автора у вирішення актуального наукового завдання в галузі знань 28 «Публічне управління та адміністрування», яке полягає в теоретичному обґрунтуванні й розробці практичних рекомендацій щодо інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства, враховуючи найкращі практики країн ЄС.

Зокрема, у дисертації:

уперше:

– запропоновано авторську інтерпретацію соціального підприємства у вигляді модельної конструкції, що включає: концептуальне обґрунтування даного феномену як репрезентації взаємодії держави та суспільства; цілепокладальну складову, спрямовану на підтримку соціальної відповідальності бізнесу і забезпечення сталого розвитку економіки та інклюзії; структурно-функціональну складову, що складається з таких компонентів соціального підприємництва, як: а) цінність економічної (для бенефіціарів) та соціальної (для клієнтів) пропозиції; б) оцінка ресурсів забезпечення взаємодії держави та суспільства; в) способи розподілу вигоди між бенефіціарами; г) характер відносин з клієнтами; д) партнерська мережа; е) підприємницька діяльність;

удосконалено:

– механізми розвитку соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави та суспільства в Україні – організаційні (розробка чітких моделей соціального підприємництва), інституційні (створення спеціальних інституцій (ХАБів) які б займалися безпосередньо допомогою в діяльності соціальних підприємств), правові (прийняття нормативних актів чітко регламентуючих діяльність соціальних підприємств), комунікаційні (розроблення для населення програм навчання соціальному підприємництву, інформування про данний вид діяльності та його популяризація);

– підходи щодо функціонування алгоритму реєстрації соціальних підприємств, які базуються на ефективній системі контролю як елементі діджиталізації публічного управління.;

– механізми використання в соціальних підприємствах рішень та моделей, раніше розроблених для комерційних підприємств, таких як: модель акселератора; модель посередника на ринку; модель працевлаштування; модель «плата за послуги»; модель полегшення доступу до послуг і продуктів; модель кооперативу; модель субсидування послуг; модель маркетплейсів;

набули подальшого розвитку:

– правові основи регулювання соціального підприємництва шляхом розробки та прийняття законів і нормативно-правових актів в частині обґрунтування необхідності розробки проєкту закону про соціальне підприємництво в аспекті євроінтеграційного напряму реформування нашої держави, зокрема щодо нормативно-правого регулювання соціального підприємництва в Україні;

– понятійно-категоріальний апарат, що дасть змогу визначити напрями формування та реалізації державної політики у сфері соціального підприємництва, а саме категорії: «соціальне підприємництво», «інституалізація», «інституціоналізація» та «інституціалізація»;

– електронні бази даних і системи автоматизації обміну інформацією шляхом впровадження набору характеристик, які окреслюють

визначення соціального підприємництва, та додання у систему їх функціонування найкращих практик і технічних норм та стандартів країн ЄС з урахуванням необхідності забезпечення і створення «Єдиного реєстру соціальних підприємств України»;

– обґрунтування шляхів інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства в Україні, з-поміж яких: розроблення відповідної законодавчої бази, яка визначатиме правовий статус соціальних підприємств та забезпечуватиме їм доступ до різноманітних форм підтримки і фінансування; оновлення інфраструктури, а саме створення спеціалізованих центрів, які б допомогли соціальним підприємствам у розвитку та просуванні їх продуктів і послуг. Такі центри забезпечать соціальним підприємствам доступ до консультацій з питань правового, фінансового й маркетингового консалтингу та взаємодії держави і суспільства.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що основні теоретичні положення та отримані результати дослідження можуть бути використані в розробці ефективної політики інституційного сприяння, спрямованої на інституціональну підтримку соціального підприємництва, включаючи розробку правових стандартів, створення сприятливого регуляторного середовища та інших заходів, орієнтованих на сприяння розвитку соціальних підприємств у системі взаємовідносин держави і суспільства.

Цінність результатів дослідження полягає у вдосконаленні механізмів співпраці між державою та соціальними підприємствами на основі успішно діючих в Україні моделей: модель акселератора СП; модель посередника на ринку; модель працевлаштування; модель «плата за послуги»; модель полегшення доступу до послуг і продуктів; модель кооперативу; модель субсидування послуг; модель маркетплейсів.

Результати дослідження спрямовані на визначення оптимальних форм взаємодії між державою та соціальними підприємствами. Це передбачає

розробку програм сприяння, фінансової підтримки та інших інструментів для забезпечення ефективного соціального партнерства.

Основні результати дисертаційної роботи та рекомендації автора використано:

– Департаментом суспільних комунікацій Київської міської державної адміністрації України при взаємодії з громадським суспільством, організації комунікативних заходів між Департаментом та представниками ЗМІ, громадськими об'єднаннями й громадянами. Зокрема, висновки і пропозиції були використані Департаментом при розробці матеріалів щодо створення органів самоорганізації населення (ОСН) в частині навчально-методичної допомоги;

– Дніпровським національним університетом імені Олеся Гончара на факультеті психології та спеціальної освіти під час розроблення лекційних матеріалів та практичних занять з дисциплін «Психологія управління» та «Психологія» спеціальності 053 Психологія. Зокрема, результати дисертаційної роботи були включені до методичного забезпечення таких дисциплін, як «Самоменеджмент особистості», «Психологія управління», «Психологія освітнього менеджменту», де соціальне підприємництво розглядають як інструмент реалізації професійного потенціалу психологів та їх самозайнятості. Отримані дані були використані для створення освітніх програм для підвищення усвідомленості суспільства та представників державних органів щодо соціального підприємництва. Це створює позитивне ставлення до цієї форми підприємництва та спонукає підтримати її розвиток;

– ЗОГО «СПІЛКА ІНВАЛІДІВ ЗАПОРІЗЬКОГО КРАЮ» під час розроблення спільного проєкту з Crown Agents Limited (Crown Agents) «Допомога доступна», зокрема під час підготовки матеріалів для серії семінарів та круглого столу за участю Департаменту соціального захисту населення ЗОДА. Мета проєкту полягає в розбудові стійкої системи громадської соціальної підтримки на місцевому рівні в кризовий період. Результати слугують основою для створення та впровадження програм

соціальної відповідальності на рівні держави. Це передбачає заходи, спрямовані на вирішення соціальних проблем через співпрацю із соціальними підприємствами.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною науковою працею, у якій використано теоретичні та методологічні положення й висновки, запропоновано власні ідеї і розробки автора, що визначають наукову новизну та дають змогу вирішити поставлені завдання у сфері інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства.

Апробація результатів дисертації. Основні положення, висновки та практичні рекомендації дисертаційної роботи оприлюднено на науково-практичних конференціях, у тому числі міжнародних: «Публічне управління та адміністрування: конкурентні виклики сучасності» (Львів, 2021); «Соціально-відповідальне суспільство: реалії, виклики, перспективи» (Мелітополь, 2021); «Модернізація професійної підготовки державних службовців в умовах глобальних викликів та сучасних змін у суспільстві» (Київ, 2021); «30 років незалежності України: досягнення, виклики, перспективи» (Київ, 2021); «Публічне управління та адміністрування на сучасному етапі державотворення»(платформа ZOOM, 2021); «Наука, освіта, технології та суспільство: актуальні проблеми теорії та практики» (Полтава, 2022); «Глобалізаційні виклики: урядування майбутнього» (Київ, 2022); «Шевченківська весна – 2022: публічне управління та державна служба» (Київ, 2022); «Незалежність України: сучасна доктрина і практика публічного управління» (Київ, 2022); «Вітчизняний парламентаризм» (Київ 2022); «Соборність України: політика духовної спільності, національних традицій та цінностей» (Київ, 2023); «Шевченківська весна – 2023: публічне управління та державна служба» (Київ, 2023); «Fut ure of Work: Technological, Generational and Social Shifts» (Дніпро, 2023).

Публікації. Результати дисертаційної роботи відображено у двадцять одній науковій праці, зокрема у семи фахових виданнях України з державного

управління, у тринадцяти тезах наукових доповідей, матеріалах конференцій, в одному фаховому закордонному виданні, яке проіндексовано у базі даних Web of Science.

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Повний обсяг дисертації становить 231 сторінку, з них 181 сторінка основного тексту. Робота містить два додатки. Список використаних джерел налічує 263 найменування, у тому числі 91 іноземною мовою.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

1.1. Ступінь наукової розробки соціального підприємництва у сучасному науковому дискусі

Один з ефектів економічного розвитку в сучасному суспільстві полягає в підвищенні життєвого рівня населення. Важливу роль у досягненні цієї мети відіграє соціальна сфера. Проте під час переходу до ринкової економіки, який зараз відбувається в Україні, недосконаліть механізмів державного управління призвела до загострення соціальних проблем [83 с. 54].

Розв'язання соціальних проблем шляхом перерозподілу державних коштів завжди було відповідальністю держави, а не приватного сектора, який зазвичай має комерційні мотиви. Навіть за наявності державного контролю над обсягом фінансування для соціальних цілей, не всі соціально значущі напрями здобувають достатню підтримку з боку держави. Соціальне підприємництво (далі – СП) виникло як спроба підприємців поєднати вирішення соціальних проблем з прибутковою діяльністю, використовуючи наявні в них ресурси.

Дуалістичність явища СП полягає у використанні принципів, інструментів і технологій, характерних для комерційної підприємницької діяльності, а також у застосуванні новаторських підходів у веденні бізнесу, спрямованих на розв'язання актуальних суспільних проблем, таких як підтримка ветеранів, забруднення навколишнього середовища, бідність, безробіття, питання людей з інвалідністю, соціальна нерівність тощо, вирішення яких може надалі запобігти економічній нестабільності та зменшенню загального добробуту нації. Основою цієї сфери підприємницької діяльності є досягнення соціальних цілей.

На нашу думку, інституціоналізація поняття соціального підприємництва, продумана система заходів державного регулювання СП та підтримка сприятливого клімату цієї важливої сфери національної економіки – це чинники успішного функціонування соціального підприємництва в Україні. Інституціоналізація соціального підприємництва це, перш за все, створення реальних умов закріплення на законодавчому рівні поняття соціального підприємництва, його стабільного розвитку в Україні, впровадження доступних ресурсів і побудова спеціалізованих організаційних інституцій, спрямованих на законодавче закріплення та стимулювання діяльності соціальних підприємств, а також досягнення балансу державних інтересів та інтересів суспільства.

У першу чергу, варто звернути увагу на механізм підтримки і стимулювання фізичних та юридичних осіб, які бажають реалізувати нові ініціативи у сфері соціального підприємництва, зокрема на державну проєктну форму підтримки як найбільш раціональний спосіб стимулювання розвитку соціального підприємництва. Необхідно систематизувати теоретичні підходи до дослідження факторів, що впливають на успішну інституціоналізацію соціального підприємництва в системі української економіки, а також розробки методологічних основ оцінювання діяльності соціальних підприємств. Таке оцінювання дасть змогу підвищити об'єктивність класифікації СП та створення Єдиного реєстру соціальних підприємств України (ЄРСПУ), що, у свою чергу, дасть можливість визначити комплекс стимулів для підприємців, а також розширити спектр наданих соціальних продуктів усім категоріям громадян.

Загальні теоретико-методологічні основи дослідження проблематики розвитку соціального підприємництва розглядала низка вітчизняних і зарубіжних учених, з-поміж яких варто відзначити таких науковців, як Г. Діз (G. Dees) [185], Б. Дрейтон (B. Drayton) [192], Дж. Мер (J. Mair) [219] та І. Мартін (I. Martin) [220].

Українська дослідниця А. Свинчук у дисертаційній роботі «Організаційні механізми розвитку соціальних підприємств в Україні» [143] (спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)) зазначає, що «соціальне підприємництво – це бізнес-організація, пріоритетна мета прозорої (публічної) діяльності якої полягає у вирішенні соціальних проблем, а забезпечувальна – в отриманні прибутку, який реінвестується в її розвиток» [143]. Вчена розглядає соціальні підприємства на засадах системного підходу, що дав змогу ідентифікувати їх характерні риси, а також проводить порівняльний аналіз американської та європейської концепцій соціального підприємництва, виявивши відмінності у пріоритетах діяльності соціальних підприємств США та Європи. Зокрема, відзначаються основні напрями, спрямовані на вирішення соціальних проблем та задоволення потреб суспільства. «У структурі джерел фінансування цих підприємств важливе значення мають не лише прибуткові, але й неприбуткові джерела, такі як гранти, спонсорська допомога, добровільні внески тощо. У США та Європі існують різні програми й ініціативи, спрямовані на стимулювання та підтримку соціального підприємництва» [143].

Інша українська дослідниця А. Дюк у своєму дослідженні «Розвиток та організаційно-економічна соціалізація підприємництва в сільській місцевості: теорія, методологія, практика» (спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)) вивчає «соціальне підприємництво як актуальний механізм створення робочих місць у сільських районах, організаційно-економічний чинник забезпечення зайнятості сільського населення» [153]. Вчена наголошує, що соціальне підприємництво – досить інноваційний вид господарської діяльності, який «є ключовим та результативним засобом розв'язання соціальних проблем у сільській місцевості» [153].

У роботі О. Кацьори (спеціальність 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології) досліджено становлення соціального підприємництва в контексті соціальних проблем, зокрема в Закарпатській області. Автором запропоновано

концептуалізацію соціального підприємництва в кризовому суспільстві як господарської діяльності, що базується на залученні міжнародних донорських ресурсів. Ця альтернатива виявляється ефективною порівняно з участю державних органів у вирішенні місцевих соціальних проблем, зокрема за допомогою людських та матеріальних ресурсів [153].

Дослідження В. Звонаря на тему «Формування та реалізація соціальної відповідальності в Україні» (спеціальність 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика) дало змогу розробити «комплексний підхід до визначення та структуризації соціальної відповідальності як економічного феномену, що формується і впроваджується індивідуальними й колективними (інституційними) суб'єктами економіки» [148]. Сутність підприємництва як сфери діяльності людини ґрунтовно викладено у працях П. Друкера, К. Маркса, А. Сміта, Й. Шумпетера. Такі сучасні українські дослідники, як В. Бакуменко, І. Герчикова, А. Дєгтяр, О. Кужель, В. Ляшенко, М. Надолішній, розглядають принципи формування соціального підприємництва та фактори сприяння його розвитку. Соціальні зв'язки як соціальні перетворення у сфері соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу розглянуто у працях О. Бігняка, Г. Осовської, О. Сандакової та ін. У фокусі дослідження іноземних учених перебувають питання трансформації соціальної сфери (Ф. Фечер (F. Fecher) та Б. Левек (B. Lévesque)), особливостей функціонування неприбуткових організацій (A. Bacchiega), (Borzaga C.) та ін.

СП орієнтоване на пошук ефективних механізмів вирішення соціальних проблем, зниження соціальної ескалації, а також стимулює зникнення міжсекторальних кордонів. Воно спрямоване на задоволення потреб населення і, відповідно, може виконувати окремі функції, які зазвичай здійснює держава, регулярно спілкуючись з ним. Соціально-економічні дослідження специфіки і перспектив розвитку соціального підприємництва в українському контексті необхідні для поглиблення знань про це явище, створення необхідної емпіричної бази для прогнозування векторів розвитку

національної економіки України. Можемо виділити низку зарубіжних учених, які вивчають СП на глобальному, національному та регіональному рівнях, зокрема таких, як: С. Алворд, Дж. Вей-Скіллерн, Дж. Віравардена, С. Вурро, Г. Діз, 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. Соціальні аспекти підприємництва як окремої економічної категорії в Україні вивчають З. Галушка, М. Голуб, О. Кірєєва, О. Кожем'яченко, О. Солосіч, В. Удодова, В. Шаповал.

Дослідженням соціальних аспектів підприємництва, зокрема соціально відповідального бізнесу або бізнесу із соціальною відповідальністю, займались О. Архипчик, М. Баталіна, В. Бобров, Г. Осовська, Д. Розенберг, О. Сандакова, Е. Уткін та ін. Соціальні інновації виступають каталізатором соціально орієнтованого розвитку, що, у свою чергу, є ключовою стратегічною перспективою та основною тенденцією сталого й динамічного соціально-економічного прогресу в сучасних державах, як це визначає О. Сотула [153]. Дослідниця у праці «Соціальне підприємництво як інноваційна модель економічного розвитку» вказує на те, що інноваційні технології включають нетрадиційні методи вирішення соціальних проблем, які раніше не мали аналогів. «Соціальне підприємництво являє собою соціальну інновацію, що діє як засіб соціальних змін і сталого розвитку в рамках неприбуткової або прибуткової підприємницької діяльності» [153]. Дослідження законодавства, нормативних актів і тлумачень до них засвідчило, що терміни «соціальне підприємництво», «соціальне підприємство» та «підприємства соціальної економіки» досі не мають чіткого визначення на рівні національного законодавства, про що також говорить і А. Корнецький (співзасновник та керуючий ГО «School of Mindful Entrepreneurship») у своїй праці «Соціальне підприємництво: Ефективний інструмент подолання соціальних викликів в Україні?» [72].

У проєктах Закону України «Про соціальні підприємства» від 14.06.2012 р. № 10610 та від 11.03.2013 р. № 2508 правники зробили окрему

спробу визначити поняття «соціальне підприємництво» та перевести визначення «соціальне підприємництво» в правове поле, однак, як відзначає А. Корнецький, вони так і не були прийняті. Навіть у Законі України «Про підприємництво» (редакція від 29.01.2020 р.) [122] ми не змогли знайти чіткого визначення соціального підприємництва як однієї з організаційних форм.

У 2015 р. на Саміті ООН було ухвалено нову програму сталого розвитку, яка включає 17 цілей, спрямованих на поліпшення соціо-еколого-економічної ситуації у світі [257]. Важливим інструментом для реалізації більшості визначених цілей сьогодні, на нашу думку, може стати СП, метою якого є вирішення гострих соціальних та екологічних питань на локальному рівні. У «Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» зазначено, що малі та середні підприємства сприяють створенню нових робочих місць, збільшенню валового внутрішнього продукту, а також підтримці розвитку конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу економіки» [158]. Події 2014 р. та розгортання операції об'єднаних сил (ООС) на території тимчасово окупованих регіонів сприяли зростанню соціального підприємництва в Україні через «посилення ролі активних учасників національного ринку у підтримці соціально вразливих груп населення та вирішенні соціально значущих питань», як зазначено в аналітичній записці «Розвиток соціального підприємництва в Україні та його роль у реінтеграції Донбасу»[133].

Практичний досвід, описаний в цій аналітичній записці, вказує на те, «що поширення соціальних підприємств в Україні ускладнено через відсутність відповідного законодавства, яке б регламентувало їх діяльність, а також через невизначеність ключових понять і критеріїв ідентифікації таких підприємств» [133].

Розмивання меж між жорстким бізнесом, орієнтованим лише на отримання прибутку, та соціальною сферою як становленням феномену соціального підприємництва почало цікавити дослідників, починаючи

з 90-х рр. XX ст. Так Г. Діз, директор американського Центру розвитку соціального підприємництва Університету Дюка, вперше почав акцентувати увагу на соціальному підприємництві як важливому факторі розвитку демократичної розвинутої держави. Проте, незважаючи на той факт, що в Україні СП набуває все більшої популярності як з практичного, так і з наукового погляду, до цього часу відсутні систематичні підходи та конкретні рекомендації щодо створення, функціонування та розвитку соціального підприємництва, що підтверджує й аналітична записка «Розвиток соціального підприємництва в Україні та його роль у реінтеграції Донбасу» [133]. Оскільки в Україні не існує законодавчої бази, яка б регулювала функціонування СП, то виникають труднощі з особливим режимом оподаткування для суб'єктів соціального підприємництва.

Першочерговим завданням на сьогодні є питання забезпечення сприятливих умов розвитку українського СП на законодавчому рівні, тобто впровадження актуальних змін законодавства для збереження та підтримки позитивної динаміки розвитку соціального бізнесу в Україні. Терміни «соціальне підприємництво» і «соціальний підприємець» були вперше вжиті у науковій літературі англійською мовою в 1960-х рр., щоб описати питання соціальних змін, досягнутих за допомогою соціально відповідального бізнесу. За 20 років терміни «соціальне підприємництво» і «соціальний підприємець» набули широко застосування завдяки зусиллям всього однієї людини – Б. Дрейтона [192], засновника компанії Ashoka. Це некомерційний фонд, глобальна асоціація, головна мета якої полягає у пошуку, підтримці та фінансуванні фізичних і юридичних осіб, які визначають себе як соціально відповідальні. У 60–80-х рр. XX ст. під термінами «соціальне підприємництво» і «соціальний підприємець» розуміли як нові підходи та рішення для покращення суспільства, так і особистості, які активно це суспільство змінюють.

Перелік основних ознак і характеристик поняття «соціальне підприємництво» знаходимо у статті «European Comission Growth Sectors of Social economy in the EU: Social enterprises» [197]:

- «соціальний вплив – цільова спрямованість на вирішення існуючих соціальних проблем» [197];
- «інноваційність – застосування нових, унікальних підходів» [197];
- «самоокупність і фінансова стійкість – здатність соціального підприємства вирішувати соціальні проблеми до того часу, доки це необхідно, і за рахунок доходів, одержуваних від власної діяльності» [197];
- «масштабованість і тиражованість – збільшення масштабу діяльності соціального підприємства (на національному та міжнародному рівні) і поширення досвіду (моделі) з метою збільшення соціального впливу» [197];
- «підприємницький підхід – здатність соціального підприємця бачити провали ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які надають довгостроковий позитивний вплив на суспільство в цілому» [197].

Українські дослідники І. Бурдужа та Т. Ящук у своїй праці «Становлення соціального підприємництва в Україні» зазначають, що «розвиток соціального підприємництва має значний позитивний вплив на економіку країни. Ця форма діяльності дає змогу зменшити витрати держави на розв'язання проблем соціально незахищених верств населення, їхнє працевлаштування та інтеграцію в суспільство» [172] Під час аналізу практики соціального підприємництва в країнах Європи можна виділити чотири основні сфери діяльності соціальних підприємств:

- робоча інтеграція та навчання для осіб з інвалідністю та безробітних;
- надання соціальних послуг, таких як догляд за дітьми, допомога для людей похилого віку або малозабезпеченим особам;

- підтримка місцевого розвитку в неблагополучних районах, що включає соціальні підприємства на віддалених сільських територіях;
- інші види діяльності, такі як «захист навколишнього середовища, спорт, мистецтво, культура, збереження історичної спадщини, дослідження та інновації, а також захист прав споживачів» [148].

Дослідник К. Смаглій у праці «Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво?» наводить статистичні дані з «European Commission. Growth. Sectors of the Social economy in the EU: Social enterprises», згідно з якими, «на сьогодні в Європі налічується два мільйони соціальних підприємств, що дорівнює 10 % від загальної кількості бізнесу в регіоні, які забезпечують роботу для понад 11 мільйонів працівників, що становить 6 % від усіх працюючих осіб у регіоні» [148]. К. Смаглій зазначає, що «основними організаційно-правовими формами соціальних підприємств у європейських країнах є кооперативи, такі як «кооперативи соціальної солідарності» у Португалії, «соціальні кооперативи колективної власності» у Франції, «соціальні кооперативи» в Італії, «кооперативи соціальних ініціатив» в Іспанії та ін. Також використовуються форми компаній, наприклад, «компанії, що працюють в інтересах громади» у Великобританії та «компанії соціальної мети» у Бельгії» [148].

В аналітичній записці «Розвиток соціального підприємництва в Україні та його роль у реінтеграції Донбасу» вказано три основні форми соціального підприємництва:

- «громадська організація займається підприємництвом у сфері своєї основної діяльності» [133];
- «громадська організація відкриває власне підприємство, частина доходів якого йде на фінансування її програм» [133];
- підприємство для осіб з інвалідністю: компанія звільняється від сплати податку на прибуток, якщо більше ніж 50 % її співробітників – люди з інвалідністю» [133].

У 2013 р. у законопроєкті «Про соціальні підприємства» правники запропонували таке визначення соціального підприємства: «соціальний підприємницький суб'єкт є організацією, яку створюють юридичні та/або фізичні особи з метою пріоритетного досягнення соціальних результатів. Його діяльність спрямована на розвиток сфер охорони здоров'я, освіти, науки, культури, екології, надання соціальних послуг і підтримки соціально вразливих груп населення, таких як безробітні, малозабезпечені, особи похилого віку, особи з інвалідністю та інші групи, визначені законодавством» [124].

У внесених змінах до законопроєкту було визначено основні вимоги та критерії для соціальних підприємств, а також детально описано алгоритм процедури набуття відповідного статусу. Однак, незважаючи на актуальні та конкретні зауваження щодо закону «Про соціальне підприємництво», цей законопроєкт так і залишився неприйнятим. Податкові пільги для соціальних підприємств та соціально відповідальних підприємців стали головними причинами сумнівів для законодавців. Іншим ризиком, який виник на шляху ухвалення Закону України «Про соціальне підприємництво», є потенційна схильність до корупції в Україні та небезпека можливих зловживань, а також недостатня ефективність контролю та перевірки критеріїв соціального підприємництва» [143].

Відтак в Україні і досі відсутній документ, який би офіційно закріпив визначення «соціальне підприємництво».

Проте було б помилкою категорично вказувати на відсутність законодавчого базису соціального підприємництва: на сьогодні СП опосередковано регулює ст. 62 Господарського кодексу України (редакція від 16.10.2020 р.) [34]; ст. 16 Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації в Україні» (редакція від 27.02.2020 р.) [111]; ст. 21 Закону України «Про громадські об'єднання» [111]; ст. 14 Закону України «Про основи соціальної захищеності людей з інвалідністю в Україні» від 20.12.2020 р. [121]. Правник В. Назарук щодо ст. 5 «великих можливостей для

розвитку соціального підприємництва в Україні. СП в Україні» з точки зору українського та міжнародного права вказує, що «завдання майбутнього закону про соціальне підприємництво – сформулювати і закріпити поняття «соціального підприємництва» та критерії його виділення з-поміж інших форм господарської діяльності, виявити сфери діяльності для його розвитку, встановити заходи підтримки як на місцевому, так і на державному рівнях (укладання договорів оренди державного або комунального майна без проведення конкурсів або аукціонів на право укладення таких договорів), а також стимулювальні механізми для розвитку таких підприємств у країні» [143].

До бар'єрів, які перешкоджають розвитку соціального підприємництва в Україні, на нашу думку, можна зарахувати такі:

- відсутність достатньої кількості підтримувальних структур, що забезпечують фінансову й технічну допомогу соціальному підприємництву як складовій малого бізнесу;
- відсутність уваги держави до соціального підприємництва як до інструменту розв'язання складних і нагальних соціальних питань, а також можливості економії бюджетних коштів;
- обмежене розуміння населенням країни сутності й потенціалу соціального підприємництва, недостатня інформованість про його цілі та особливості функціонування, а також про можливості створення подібних суб'єктів господарювання;
- не чітке розуміння різниці між соціальним підприємництвом та благодійністю, а також соціальною відповідальністю бізнесу.

До моментів, які свідчать про тенденцію зростання популярності соціального підприємництва в Україні, на думку дослідника В. Вольвача, можна зарахувати:

- «низький рівень ефективності вирішення соцільних проблем з боку уряду і держави (зокрема, її різних соціальних інститутів)» [22];

- «створення на вітчизняному ринку конкурентного середовища для підвищення якості товарів і послуг з боку компаній, зацікавлених у цьому» [22];
- «необхідність підвищення рівня відповідальності та причетності у людей шляхом залучення їх до сфери діяльності через різні соціальні організації» [22];
- «використання підприємницьких підходів до вирішення соціальних проблем, що дає змогу менше розраховувати на бюджетне фінансування у зв'язку з постійним дефіцитом останнього» [22].

Доктор економічних наук З. Галушка у праці «Роль соціального підприємництва у забезпеченні розвитку громад» зауважує, що «сучасне суспільство накладає нові вимоги на бізнес. Виявлення виключно комерційної складової виявляється недостатнім для забезпечення конкурентоспроможності на національних і міжнародних ринках». Дослідниця також пояснює основну відмінність між підприємництвом та соціальним підприємництвом: «відмінність полягає не в мотивації, а у сфері характеристик цінностей, які створюються» [23]. Галушка З. зазначає, що «у звичайному підприємництві цінність зазвичай виражається в ринкових параметрах, таких як дохід і прибуток. Однак у соціальному підприємництві ця цінність виявляється у вигляді переваги, яку значна частина суспільства або суспільство в цілому отримує від соціального впливу, створеного соціальним підприємцем» [23].

Особи з інвалідністю, внутрішньо переміщені особи, багатодітні малозабезпечені сім'ї, тобто найменш захищені верстви населення, – це цільові групи, на які розраховано соціальний ефект. Дослідниця наголошує, що «соціальне підприємництво є потужним інструментом вирішення нагальних соціально-економічних проблем суспільства, сприяє продуктивній зайнятості та підвищенню рівня й якості життя громадян» [23].

Для інституціоналізації соціального підприємства важливо створити правову основу взаємодії «держава – суспільство» у сфері соціального

підприємництва (на основі концепції розвитку державно-приватного партнерства (за Л. Біланич [9–11])), обрати конкретні форми і методи взаємодії держави і бізнесу, галузей та напрямів підприємництва, у яких можна встановити «основні схеми державно-приватного партнерства, а також істотні умови договору залежно від обраної схеми, основи розподілу та перерозподілу ризиків, встановити прозорість відносин суб'єктів, належним чином захищати суб'єктів правовідносин» [9]. Без дієвого механізму інституціоналізації соціального підприємництва в Україні жодні правові норми не матимуть очікуваного ефекту. В основному дослідження підприємництва було предметом правового регулювання, що висвітлено в працях таких учених, як І. Єршова, В. Лаптєва, К. Лебедєва, О. Олейник та ін.

Перспективи розвитку можливих напрямів соціального підприємництва в Україні ґрунтовно вивчає О. Загакайло [52], Ю. Роменська [64], В. Вольвач [22]. Цікавими для розробки нашої теми є дослідження теоретичних засад феномену соціального підприємництва, його інноваційних можливостей у сучасних умовах, наприклад у працях таких вчених, як М. Куц, А. Лазаренко, Г. Азгальдов, Е. Роджерс, Б. Латур, Д. Норт. У Європі СП зародилося з появою перших товариств взаємодопомоги, асоціацій, кооперативних рухів та інших громадських організацій, в основі яких водночас лежали комерційні і некомерційні методи управління. Благодійність до сьогодні залишалась основним джерелом некомерційного сектора, тому значна кількість наукових розвідок українських учених присвячена аналізу особливостей розвитку європейського соціального підприємництва, що здійснюється переважно порівняно з правовою моделлю США та системою її реалізації.

Такі науковці, як К. Дубич [48], Дж. Дефурні [187], С. Гортон [205], Д. Фернем [242], досліджували процес інституціоналізації та тенденції розвитку правової бази в окремих європейських країнах, вивчення видів і практичної діяльності європейських соціальних підприємств. Про специфіку запровадження європейського досвіду в Україні та інших державах

посткомуністичного періоду писали Н. Булейн, М. Дімітрова, Н. Кадол, А. Московська, З. Свереда, Р. Тофтісова-Матерон та ін. [160]. На початку розроблення теоретико-методологічних та практичних засад соціального підприємництва, практики соціального підприємництва, обґрунтування відмінностей між соціальними та комерційними підприємствами особливий внесок зробили саме зарубіжні науковці С. Алворд, Г. Діз, С. Картер, Ф. Найтінгейл, Ф. Спреклі та ін. Дослідження більшості наукових джерел, які висвітлювали особливості існування соціального підприємства та управління його фінансовою діяльністю в Україні, дало змогу відзначити, що Н. Гусак [143], З. Галушка [23], О. Кірєєва [64], А. Корнецький [72], І. Рябець [1] не лише розглядають та розробляють концепції розвитку соціального підприємництва саме в Україні, але й відводять йому, як, наприклад це робить О. Кірєєва [64], роль конструента державної соціальної політики.

Теорія соціальної держави, яка послужила причиною формування соціального підприємництва, була досліджена в працях Л. Брентано, А. Вагнера, Г. Мюрдаля, А. Шеффле, Л. Ерхарда. Важливий внесок у розуміння суті й теорії розвитку держави сучасного соціального підприємництва зробили такі вчені, як К. Альтер, Д. Бронштейн, Г. Діз, Б. Дрейтон, Дж. Кіка, Т. Лайонс, Р. Мартін, С. Осберг, Дж. Робінсон, Дж. Сколл, М. Юнус та ін. Для країни, що розвивається, одним із важливих напрямів розвитку підприємницької діяльності є інституціоналізація соціального підприємництва. Проєкт Закону України «Про соціальні підприємства» так визначає цей пріоритетний вектор сучасної економіки: «соціальним підприємством визначається суб'єкт господарювання, утворений юридичними та/або фізичними особами, пріоритетом діяльності якого є досягнення соціальних результатів, зокрема у сфері охорони здоров'я, освіти, науки, культури, навколишнього середовища, надання соціальних послуг та підтримки соціально вразливих груп населення (безробітних,

малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб)» [124].

Проєкт Закону так і не був підтриманий в Україні, на відміну від низки європейських держав, таких як Литва, Угорщина, Іспанія, Словаччина, Фінляндія, Велика Британія, що є лідером з-поміж країн Європи, де СП з'явилося ще в 1844 р. Ці держави не лише законодавчо затвердили поняття «соціальне підприємництво», але й уже протягом тривалого часу впроваджують цей напрям підприємницької діяльності в будівництво, екологію, транспорт, «зелену енергетику», переробку відходів, торгівлю, громадське харчування та навіть театр.

На сьогодні вже в десятках зарубіжних країн інституціоналізували СП, а отже, існує сформована дієва законодавча база розвитку і підтримки СП, легалізовано особливі організаційно-правові форми СП і державні сертифікаційні системи їх визнання, з-поміж яких найбільшою оригінальністю відрізняється законодавство Бельгії, Великобританії, Німеччини, Італії, Канади, США, Південної Кореї. Ще 10 років тому такі країни, як Іспанія, Греція та Еквадор, прийняли закони про соціальну економіку й СП, де соціально орієнтовані підприємства розглядають як основу цієї системи. Подібні закони були прийняті в Мексиці і Словенії, Португалії, Франції, Чехії, Болгарії, Мальті та інших країнах.

Сьогодні в Україні відсутнє спеціальне законодавство про СП, це, у свою чергу, призводить до того, що немає чіткого визначеного правового статусу в соціально орієнтованих організацій. Відсутність визначених законом критеріїв ускладнює надання реальної допомоги як від держави, так і від недержавних донорів. Наразі в законодавчому списку України є небагато законодавчих актів та проєктів: проєкт Закону України «Про соціальні підприємства» від 11.03.2013 р. № 2508; проєкт Закону України «Про внесення зміни до статті 154 Податкового кодексу України (щодо державної підтримки соціальних підприємств)» від 11.03.2013 р. №2509; Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 02.03.2015 р. № 222-VIII (у редакції від

08.12.2015 р.). Інституціоналізація соціального підприємництва є вирішальним ресурсом і умовою розвитку економіки в сучасній Україні, оскільки об'єктивно в цій сфері необхідний механізм, здатний узгоджувати і коригувати соціальні взаємодії підприємців не тільки із суб'єктами, включеними в цю сферу соціально-економічних відносин, але й із суспільством. Роль бізнесу, у тому числі й соціального, у створенні національного багатства і прогресу суспільства є настільки значущою, що правильно розглядати інститут соціального підприємництва в його розвитку як спосіб досягнення компромісу між соціальними суб'єктами, що представляють різні інтереси економічного, політичного й соціального характеру, як фактор соціальної інтеграції соціумів різного рівня і зростання якості життя населення. Однак у цій сфері чітко виявляється суперечність між потребою в інституціоналізації соціального підприємництва як необхідної умови його розвитку та відсутністю ефективних напрямів реалізації цього процесу на практиці.

Існує також суперечність між необхідністю застосування інституційного підходу до вивчення соціального підприємництва в системі державного управління і нерозробленістю наукового апарату для цих досліджень.

1.2. Методологічний аналіз інституалізації як специфічної категорії

Теоретико-методологічне дослідження процесу інституціоналізації соціального підприємництва зумовлює подальше оцінювання складу й структури соціального підприємництва та аналіз показників діяльності підприємства. Першим завданням аналізу є створення загальної концепції дослідження та побудова логічної конструкції процедури аналізу.

Вибір рівня аналізу також є методологічним питанням, оскільки на кожному рівні критерії суттєвості можуть відрізнятися, а також важливою є мета аналізу. Сучасний соціоекономічний аналіз розвивається відповідно до тенденцій розвитку соціоекономічних процесів, що зумовлює поглиблення й

нове наповнення, тому слід переглянути його методологію та організацію, оскільки процес диференціації й інтеграції економічних наук вимагає нового підходу до комплексного економічного аналізу та переосмислення загальної моделі.

Саме в ринковому середовищі найбільш актуальною стає потреба в системному аналізі, багатоваріантному пошуку на основі багатьох критеріїв, рейтинговому оцінюванні, альтернативних порівняннях тощо. Це призводить до зміни вектора економічного аналізу: від оцінювально-статистичних процедур до пошуково-прогностичних, які дають змогу приймати раціональні управлінські рішення в умовах ризику й невизначеності. У процесі економічної діяльності підприємствам періодично необхідно перевіряти та оцінювати той тип, який був заявлений (наприклад, соціальний) та який сформувався в їх організаційній структурі. Це дасть змогу краще зрозуміти та вдосконалити існуючий тип корпоративної культури. У науковому середовищі продовжуються дискусії щодо найкращих методів оцінювання різних типів підприємств.

Оскільки об'єктом нашого дослідження є СП як складна структура в системі соціального управління, то й методи аналізу мають бути комплексними і до певної міри нетрадиційними. У зв'язку з цим часто потрібно використовувати інтуїтивний підхід, використовуючи активний інтелект як інструмент для осмислення. На практиці корисним є використання методу сценарію, що передбачає опис уявної ситуації, яка може виникнути в майбутньому, поставивши підприємство перед вибором. Проблемним полем у контексті нашого дослідження залишається взаємозв'язок аналізу, обліку, інформаційного масиву і статистики. Технологічні проблеми також виникають у зв'язку з тим, що процес інституціоналізації не підпадає під обліково-статистичні категорії, що ускладнює його аналіз і оцінювання. Методологія аналізу базується на діалектичному сприйнятті об'єкта дослідження, охоплюючи взаємозалежності, стани, процеси і можливості розвитку, які необхідно врахувати під час аналізу. Якість методології визначається

об'єктивністю та точністю результатів дослідження, пов'язаних з етапом інституціоналізації.

Загальна мета аналізу лежить у площині системно-цільового оцінювання доцільності формування соціальної орієнтованості підприємства через аналіз його сучасного стану, можливостей адаптації світового досвіду під час формування цілей і мети підприємства, тенденцій та перспектив розвитку як самого соціального підприємства, так і його впливу на процеси державотворення, а також бажання українців реально займатися соціальним підприємництвом.

Змістовність аналізу визначається певними принципами, з-поміж яких можна виділити такі:

1) принцип цілісності, що передбачає глибокий та всебічний підхід до вивчення соціального підприємництва з метою інтеграції отриманих знань про нього;

2) принцип системності, що дає змогу аналізувати різні елементи, взаємозв'язки, взаємодії та рівні соціального підприємництва, сприяючи розумінню його як системи;

3) принцип комплексності, що спрямований на отримання знань про різноманітні якості, властивості та стани соціального підприємництва в Україні, включаючи його різні аспекти;

4) принцип цілеспрямованості, що вказує на необхідність визначення конкретної цілі аналізу відповідно до обраного напряму розвитку та формування соціального підприємництва;

5) принцип розвитку, що дає змогу оцінити можливості вдосконалення інституціоналізації та вивчати її потенціал;

6) принцип динамічності, за допомогою якого своєчасно фіксуються зміни в станах, структурі процесу інституціоналізації та факторах, які впливають на її перебіг.

У концепції аналізу процесу інституціоналізації соціального підприємства виокремлено два типи аналізу: теоретично-концептуальний і

економічний. З методологічної точки зору, цілком доцільно розпочати процес соціально-економічного оцінювання інституціоналізації лише після теоретичного розгляду і концептуального уточнення самого об'єкта аналізу та визначення його структури, тобто необхідно спочатку структуризувати предмет дослідження, а потім здійснювати економічний аналіз. Інституціоналізація, як специфічна категорія, організована ієрархічно і має свою власну структуру, дослідження якої зумовлене певним рівнем абстракції.

Предметна структуризація інституціоналізації охоплює комплексну характеристику соціального підприємництва за такими напрямами: рівні інституалізації, причинно-наслідкові зв'язки, які важливі при зміні та розвитку соціального підприємництва, особливості інституалізації та її етапи, роль інституціоналізації як інструмент державотворення. Інституційний аналіз відображає вартісну оцінку соціального підприємства, процесний підхід до вибору методики аналізування і має комплексний характер.

Інституційний аналіз соціального підприємництва доцільно проводити за такими напрямами: аналіз рівня й стану інституціоналізації; аналіз факторів, які впливають на формування та розвиток інституалізації; аналіз ефективності соціального підприємництва; аналіз впливу інституціоналізації на діяльність підприємства. Схема аналітичного процесу передбачає використання аналітичного інструментарію як засобу, що забезпечує проведення аналітичних процедур. Сюди можна віднести різноманітні методи аналізу, такі як експертний, аналітичний, статистичний, імітаційне моделювання, економіко-логічні, економіко-математичні, евристичні та інші, а також системи показників, які можуть бути логіко-дедуктивними або емпірико-індуктивними. Теоретично-концептуальний аналіз зазвичай базується на емпіричних методах дослідження, таких як спостереження, анкетування, опитування, тестування, інтерв'ю тощо.

Взаємозв'язки між процесом інституціалізації соціального підприємництва і процесом законодавчого закріплення його аналізують за допомогою логіко-семантичного методу, що є синтезом філософії та

мовознавства. Цей метод охоплює широкий арсенал способів формального вираження взаємозв'язків між елементами інституалізації та системою державного управління. Він успішно використовується для означення певних категорій, формування категоріального апарату та відображення ролі інституціоналізації в системі державного управління. Доповнення логіко-семантичного аналізу структурно-функціональним є доцільним, оскільки останній найкраще підходить для оцінювання структури соціального підприємництва та функціональних зв'язків між його елементами. Також він допомагає оцінити функції, які виконує інституціоналізація.

Якщо перейти від аналізу структури інституалізації до аналізу процесу її формування та етапів, які необхідно пройти, межі аналізу значно розширюються. Відповідно, зростає можливість вибору методів і способів аналітичних процедур, які будуть при цьому використовуватися. Йдеться про аналітичний потенціал і його реальне використання. При цьому кожна процедура, кожен етап мають оцінюватися за принципом функціональної доцільності, порівнюючи вигоди та витрати.

Аналіз властивостей інституціоналізації підтверджує її силу чи слабкість і проводиться за допомогою кваліметрії. Кваліметрія дає змогу встановити екстенсивні та інтенсивні властивості інституціоналізації, включаючи неочевидні аспекти.

Економічний аналіз стану та рівня розвитку соціального підприємництва в Україні здійснюється на основі широкого арсеналу статистичних методів. Для аналізу факторів, що впливають на формування соціального підприємництва та його ефективність, переважно використовують різноманітні економіко-математичні методи й моделі.

Зробимо певні методологічні узагальнення і висновки стосовно методів вивчення і аналізування інституціоналізації:

По-перше, для кожного об'єкта аналізу необхідно використовувати саме ті методи, які уможливлюють отримання його повної і глибокої характеристики.

По-друге, для забезпечення об'єктивності аналізу необхідно використовувати системно-цільовий підхід, зокрема методи системного аналізу при вивченні стану й процесу інституалізації. Системно-цільовий аналіз дає змогу розглядати інституціоналізацію як окрему систему, що зазнає впливу факторів, і підсистему, яка взаємодіє із загальною системою державного управління. Система аналізується на вході (факторний аналіз) і на виході, де стає інституціоналізацією. Методи аналізу на виході відрізняються від тих, які використовують на вході.

Поняття системного аналізу передбачає одночасне вивчення стану соціального підприємництва (внутрішню структуру), процесу її формування та впливу на діяльність підприємства. У цьому контексті принцип системності доповнюється принципом комплексності аналізу.

По-третє, розгляд інституціоналізації як процесу зі сукупністю взаємопов'язаних елементів та взаємозв'язків підтверджує доцільність використання методів структурного та структурно-функціонального аналізу. Завдяки структурному аналізу можлива декомпозиція структури інституціоналізації, яка поєднується з дослідженням процесу, необхідного для її реалізації. Структурний аналіз надає широкі можливості для вивчення інституціоналізації з різних ракурсів. Тобто вивчаючи одне, паралельно необхідно розглядати й інше, що сприяє досягненню принципу цілісності аналізу.

По-четверте, аналітичні схеми мають включати часовий аспект, оскільки мова йде про процес формування соціального підприємництва, який розгортається в певні часові рамки та передбачає розвиток інституціоналізації чи окремих її складових. Отже, врахування часового фактора пов'язане з принципом динамічності, який передбачає використання різноманітних методів дослідження та їх гнучке використання для адекватного відображення об'єкта дослідження в певний часовий період.

Аналіз рівня інституціоналізації доцільно проводити на основі системи показників та критеріїв, які мають комплексно відображати її суть і

формуватися відповідно до мети дослідження. У зв'язку з унікальністю об'єкта аналізу важливо підібрати систему показників з урахуванням таких критеріїв: порівнянність груп показників, єдина загальнотеоретична інтерпретація та смислове наповнення показників, єдине спрямування, узгодження величини показників з використаними ресурсами, правильне тлумачення результатів та можливість прогнозування розвитку корпоративної культури. У виборі системи показників важливо дотримуватися логіки та мати розуміння процесу, поєднуючи логічний та процесуальний підходи. У випадку неможливості кількісного оцінювання інституціоналізації, використовується логіко-дедуктивна система показників для логічного опису.

Логіко-дедуктивні системи показників ґрунтуються на конкретному показнику верхнього рівня, який поділяють на показники нижчого рівня за відповідною схемою. Усі ці показники взаємопов'язані смислово і в сукупності утворюють цілісну картину стану соціального підприємництва в Україні. Натомість емпірико-індуктивні системи показників формуються на основі статистичних даних і відборі тих, що мають найбільше інформаційне навантаження та є найважливішими з-поміж усіх показників.

Наприклад, у процесі аналізу впливу факторів на швидкість інституціоналізації виділяють два рівні – емпіричний і теоретичний. Емпіричний рівень є засобом спостереження, що забезпечує феноменологічний опис досліджуваного явища через констатацію фактів. Теоретичний рівень передбачає створення схематичного узагальненого образу явища, що дає змогу абстрагуватися від менш значущих аспектів з метою концентрації уваги на важливих процесах та їхньому описі.

Для аналізу інституціоналізації слід використовувати як кількісні, так і якісні показники та критерії. Не завжди можна оперувати кількісними величинами і використовувати формалізовані оцінки, тому увагу звертаємо на якісні, що характеризують якість поточного процесу й розвитку.

Кількісні показники та критерії підтверджують певні факти, що стосуються досліджуваного явища. Для їхньої інтерпретації також є

необхідним науковий методологічний підхід. З іншого боку, відмова від використання кількісних методів оцінювання інституціоналізації призводить до звуження кола дослідження, оскільки для порівняння декількох культур кількісний підхід є необхідним.

Застосування методів оцінювання ефективності функціонування соціальних підприємств дає змогу: підвищити обґрунтованість та якість управлінських рішень; поліпшити інформаційно-аналітичне забезпечення процесів інституціоналізації; знизити ступінь невизначеності та ризику при здійсненні процесів інституціоналізації соціальних підприємств.

Об'єктивна вимога сучасного ринку для оцінювання інституціоналізації передбачає використання кваліметрії, яка є не тільки показником якості, але й охоплює формалізацію, моделювання та умовні кількісні оцінки. Ретельний аналіз сучасних науково-практичних досліджень і теоретичних розробок із зазначеної проблематики виявив брак ефективних методичних підходів до кількісного оцінювання рівня інституціалізації організацій суспільства.

1.3. Термінологічна проблема понять: «інституціоналізація», «інституціалізація» та «інституалізація»

Сучасний етап розвитку науки про публічне управління характеризується надзвичайно швидким зростанням інтересу до інституцій та інститутів і похідних від них термінів – інституціоналізація, інституційний розвиток, інституційні структури, інституціональні матриці, інституціональні «пастки» тощо. Ця цікавість, викликана об'єктивною потребою у формуванні методологічного інструментарію для аналізу трансформацій сучасного українського суспільства, що розвиваються в умовах динамічності й невизначеності соціальних процесів у світі, що глобалізується, вимагає «певної категоріальної і концептуальної конвенціональності в трактуванні основних одиниць і методологічних положень інституційного аналізу» [147].

З-поміж зарубіжних науковців процес інституціоналізації досліджували С. Ліпсет, Дж. Ландберг, Р. Бенедикс, П. Блау, Б. Мур, М. Дюверже, Р. Міллс та ін. У своїй праці «Процес правління» ще в 1908 р. американський політолог А. Бентлі аргументовано довів «особливе значення інституціонального підходу для формування організаційних і правових структур та прийняття рішень у контексті здійснення державної влади» [145]. В українській науці в сфері соціально-гуманітарних наук переважають економічні та соціологічні підходи до визначення категорій «інститут», «інституція» та «інституалізація», як вважають Р. Нуреєва, В. Дементьєва [109]. Сьогодні інституціональну методологію дедалі активніше використовують вітчизняні науковці у сфері публічного управління. Дослідники В. Ребкал і Л. Шкляр у монографічному дослідженні «Політичні інститути в процесі реформування системи влади» [130], А. Романюк [134] у праці «Порівняльний аналіз політичних систем країн Західної Європи: інституційний вимір» [134] та М. Панов і Л. Герасіна у колективній праці «Політико-правові інститути сучасності: структура, функції, ефективність» дослідили «парадигму інституціонального аналізу діяльності політико-правових об'єктів, проблеми соціальної ефективності політико-правових інститутів, проаналізували вплив різних чинників на оптимізацію їх діяльності [105]. Однак світове наукове співтовариство до сьогодні не виробило єдиної наукової думки ні щодо визначень поняття «інституту», «інституції» та пов'язаних з ними термінів, ні щодо алгоритму розробки методологічного апарату. Можна лише однозначно стверджувати, що у сфері дефініцій більше домінує підхід лавреата Нобелівської премії Д. Норта, провідного спеціаліста з методології. Тим часом, при всій різноманітності й оригінальності неоінстітуціональних концепцій розробки методологічного апарату, а також включенні їх до предметної сфери суспільства, пряме застосування положень і результатів неоінституційної теорії державного управління в галузі економіки видається не зовсім коректним.

Перш за все, внаслідок того, що мета економічних інституціональних теорій – «це переважно пошук, у тому числі й неекономічних, інститутів, факторів і механізмів розвитку економіки, а не виявлення місця та ролі економічних інститутів і пов'язаних з ними явищ та процесів у розвитку соціуму на різних рівнях» [92].

По-друге, через «покладання на універсальність економічних, соціальних, державотворчих принципів і методів аналізу суспільства в цілому та його окремих сфер» [92].

По-третє, внаслідок «екстраполяції висновків і результатів цього аналізу на широкий спектр сфер соціального життя» [92]. Разом з тим економічні та соціальні інституційні теорії, безумовно, мають великий методологічний потенціал, застосування і розвиток якого в державотворенні може бути дуже продуктивним, особливо якщо вивчати інститути державного управління суспільством, а також «внаслідок наукового пошуку шляхів компромісу, співпраці і кооперації як економічних, так і соціальних та владних суб'єктів» [92].

У дослідженні постає термінологічна проблема – поширення в українському політичному й науковому обігу понять «інституціоналізація», «інституціалізація» та «інституалізація», що потребує більш нагальної уваги перед розглядом змісту інституалізації соціального підприємництва. «Перший термін має застосовуватися як калька з англійської institutionalization для позначення наукової методології інституціоналізму» [145]. Дослідник О. Крат шукає відмінність у поняттях «інститут» та «інституція», що використовуються в українській мові або як синонімічні, або як нетотожні. На думку українських учених, існуюча проблема пояснюється залученням зазначених термінів з інших мов [75]. Філолог О. Іншакова зазначає, що в латинській мові одночасно вживалися два терміни – «institutum» та «institutio». Дослідниця Н. Тупікова наполягає на необхідності чіткого розмежування лексем «інститут» – «інституція» та «некоректності змішування цих понять, хоча в російській мові ці терміни традиційно не відокремлюються» [75]. Вчені

М. Кармазіна та О. Шурбована у праці «"Інститут" та "інституція": проблема розрізнення понять» переконують, що «правильно було б розуміти термін «інституція» як встановлення, традицію, порядок, заведений в суспільстві, а «інститут», відповідно, розглядати як закріплення таких звичаїв і порядків у законах і правових нормах» [61, с. 13].

Інші науковці, зокрема В. Опанасюк [95], Н. Волвенко [20], погоджуються з окресленим підходом до визначення сенсу понять «інститут» та «інституція»: «в українському науковому просторі їх розмежування відбуватиметься непросто й не одразу. Майже у всіх проаналізованих працях вітчизняних авторів, де розглянуто різноманітні політичні інститути, зазначені терміни не розділяються, а про інституції майже не згадується» [95]. Найчастіше автори не розглядають та й не шукають відмінності між поняттями «інститут» та «інституція»: «первинною є інституція, вона може існувати без інституту, вторинним є інститут, він завжди спирається на певну інституцію» [145]. Термін «інститут» (від лат. *встановлення, установа, стрій*) запозичений управлінцями і представниками інших соціально-гуманітарних наук з правознавства, де він позначає «сукупність юридичних норм, що регулюють певну групу суспільних відносин одного порядку. Наприклад, інститут власності, спадкування, податків, соціального захисту, страхування тощо» [102].

В економічній науці, у тому числі й у різних напрямах неоінституціоналізму, поняття «інституція» було переважно зведено до норм, правил, меж, зразків поведінки і взаємодії тощо, як формальних, так і неформальних, а також механізмів, що забезпечує їх виконання (дотримання). Наприклад, Д. Норт, один із авторитетних представників нової інституціональної економіки, вважає, що інституція – «це «правила гри» в суспільстві або, висловлюючись більш формально, створені людиною обмежувальні рамки, які організовують взаємовідносини між людьми <...> вони задають структуру спонукальних мотивів людської взаємодії в політиці, державотворенні, соціальній сфері або економіці» [92]. Він підкреслює, що

інституції «складаються з формально написаних правил і зазвичай недописаних кодексів поведінки, які лежать глибше формальних правил і доповнюють їх» [92].

Вчені Л. Герасіна та О. Данильян зазначають, що «формування нових інститутів і сучасних організаційних принципів не обов'язково приводить до цілісного оновлення суспільства, а може навіть супроводжуватися зміцненням традиційних систем через вплив нових форм організації» [128, с. 120]. Слід зауважити, що будь-які соціально-політичні зміни, як часткові, так і системні, характеризуються певною конфліктністю. Це пояснюється тим, що впровадження в соціальну систему нових, готових зразків інститутів (які вже були апробовані у модернізованих суспільствах) поряд з існуючими традиціями супроводжується протистоянням між інноваціями й традиціями. За певних умов це може призвести до конфліктів і різних видів кризових ситуацій. Ми погоджуємося з І. Бідзюрою у тому, що зміни не повинні обмежуватися «простою заміною одних суспільних інститутів іншими або одних державних діячів іншими. Такі заміни неминуче лише поглиблять кризу, а не допоможуть вирішити її» [7]. Вчений рекомендує звернутися до теорії соціальних систем, яка, на його думку, «успішно конкретизує основні ідеї теорії самоорганізації суспільства як першоджерела у процесі формування інститутів» [7].

Автор Т. Парсонс вважав, що будь-які серйозні зміни у цілісній соціальній системі (яка, у свою чергу, складається з підсистем) можна здійснювати без загрози для стабільності самого суспільства лише шляхом ускладнення існуючої системи. Нові елементи не повинні просто механічно замінювати старі, їм слід спочатку інтегруватися в існуючі системні зв'язки. Надалі це, можливо, дасть їм змогу частково або повністю замінити деякі старі елементи системи. Зарубіжний вчений Г. Клейнер під інституціями розуміє «відносно стійкі утворення щодо змін поведінки або інтересів окремих суб'єктів і їх груп, коли продовжують діяти протягом значного періоду часу формальні й неформальні норми або системи норм, які регулюють прийняття

рішень, діяльність та взаємодію соціально-економічних суб'єктів (фізичних і юридичних осіб, організацій) та їх груп» [7].

Однак зазначає, що «для найменування інституту може використовуватися як ключова норма ("інститут банкрутства"), так і ключовий об'єкт ("інститут сім'ї")». Незважаючи на спроби використання конструкту «інституція» не тільки в економіці та соціології, але й в інших сферах суспільства, А. Олійник визначає інституцію як «сукупність формальних, фіксованих у праві, і неформальних, що фіксуються в звичайному праві, меж, що впорядковують взаємодію індивідів в економічній, політичній і соціальній сферах» [94]. Вплив підходу Д. Норта в наведених визначеннях є очевидним, навіть у разі розширення норм до системи і зміни їх меж. Однак можна відзначити і тих вчених, які хоча й побічно, але полемізують з Д. Нортом. Так, сучасний американський неоінституціоналіст А. Грейф вважає, що в найзагальнішому вигляді інституція – «це система соціальних факторів, які спільно породжують регулярність поведінки» [35]. При цьому кожен компонент такої системи є соціальним, оскільки, по-перше, є рукотворним нематеріальним чинником, який виявляється екзогенним щодо кожного індивіда, на поведінку якого він впливає, а по-друге, соціально можливе тільки там, де є трансакція.

Спільні соціальні чинники (інституційні елементи) мотивують, тобто спонукають до дії в соціумі, скеровують, тобто «надають знання для здійснення і координації дії, і роблять можливим вибір індивідами одного варіанта поведінки з безлічі допустимих у конкретних соціальних ситуаціях» [47]. Особливе значення мають такі інституційні елементи, як правила, переконання і норми, а також їх прояви у вигляді організацій. Отже, більш широким визначенням інституції є таке: «Інституція – це система правил, переконань, норм і організацій, які спільно породжують регулярність (соціальної) поведінки» [32]. Однак під час аналізу інституцій як системи американський вчений вводить відповідні сфери діяльності цієї організації в структуру інституцій. Точка зору А. Грейфа не тільки виходить за межі

практично загальновизначеного в сучасному інституціоналізмі поняття Д. Норта, але й однозначно вирішує питання про зв'язок інституцій і організацій, у якому так переконаний останній.

Головна роль інституцій у суспільстві полягає у зменшенні невизначеності та встановленні стійкої структури взаємодії між людьми, навіть якщо ця структура не завжди є ефективною. Проте стабільність інституцій не виключає їхню мінливість з часом. Отже, інституції створюють можливості для членів суспільства, а організації формуються з метою використання цих можливостей.

У процесі розвитку організації відбувається вплив на інституції. Згідно з Д. Нортом, остаточний напрям інституційних змін формують два основні чинники:

- по-перше, «"ефект блокування", що виникає внаслідок симбіозу (зрощування) інституцій та організацій на основі спонукальних мотивів, створюваних цими інституціями» [92];
- по-друге, «зворотним впливом змін у наборі можливостей на сприйняття і реакцію з боку індивідів» [92].

Вчений робить висновок, що і формальні, й неформальні інституційні обмеження ведуть до утворення певних організацій, які структурують взаємодію в суспільстві. «Ці організації виникають на основі стимулів, закладених в інституційній системі, а тому результативність їхньої діяльності залежить від цієї системи» [92, с. 21–23]. Д. Норт проводить принципову відмінність між інституціями й організаціями (інститутами). І хоча визнає, що організації тотожно з інституціями структурують взаємовідносини між людьми, з теоретичної точки зору вважає важливим чітко відокремити правила (інституції) від гравців (соціальні організації), оскільки правила покликані визначати те, як ведеться гра, а мета команди, що діє за цими правилами, – «виграти гру, поєднуючи вміння, стратегію і взаємодію гравців, користуючись чесними прийомами, а іноді – й нечесними. Моделювання стратегій і навичок, що складаються в процесі розвитку команди, – це зовсім інший процес, ніж

моделювання створення та розвитку правил і наслідків їх застосування» [92, с. 21–23]. Для Д. Норта в поняття організації входять усі політичні й економічні структури, громадські та освітні установи. А взагалі інститут – «це група людей, об'єднаних прагненням спільно досягти будь-якої мети. Щоб змоделювати організацію, необхідно проаналізувати її керівні органи, вміння і навички членів, а також вплив навчання в процесі діяльності (learning by doing) на досягнення організацією успіху на певний час» [92, с. 21–23]. Інституційні межі відіграють вирішальну роль у формуванні та розвитку організацій. Вони впливають на те, які саме організації з'являються і як вони еволюціонують. Водночас організації, у свою чергу, впливають на процес зміни інституційних меж. Настільки принципове розмежування інституції та інституту є дискусійним. Справа в тому, що «інституція – це поняття дуже високого рівня узагальнення й абстракції, а організацію можна розглядати, як мінімум, на двох рівнях – інституціональному, коли організація [11] (як, наприклад, корпорація в Е. Дюркгейма) є суспільним інститутом, який становить стійку сукупність людей, що прагнуть спільно домогтися будь-якої мети (Д. Норт), та має ієрархічну структуру. І на емпіричному рівні, коли кожна конкретна організація, маючи спільні для всіх організацій інституційні ознаки, дійсно виступає агентом (командою) інституційних змін.

У політичній науці різноманітні трактування інституцій мають багато спільного із соціологічними визначеннями, де також відбувається пошук релевантного визначення поняття «інституція». Під «інституцією» в загальному вигляді розуміють:

1) «політичне встановлення – комплекс формальних і неформальних принципів, норм, правил, що зумовлюють і регулюють діяльність людини в політичній сфері» [5];

2) «політичне утворення або установа, організація – певним чином організоване об'єднання людей, та чи інша політична структура» [85];

3) «стійкий тип політичної поведінки, що виражається в певній системі колективних дій, процедурі, механізмі» [49].

У теорії публічного управління поняття інституції набуло більш широкого змісту, ніж у правознавстві, соціології та економічній теорії, і стало соціальною інституцією, хоча норми, як регулятори соціальної поведінки й відносин, залишилися його основою. Соціальні інституції розглядають як структуроутворювальні й інтегруючі елементи суспільства, які організовують життя і діяльність індивіда, групи, спільноти та суспільства в цілому. Вони сприяють передбачуваності та стабільності суспільних відносин і зв'язків, дають змогу здійснювати регулювання й соціальний контроль над соціальною поведінкою і взаємодіями. А. Француз у праці «Поняття демократичної політичної системи: співвідношення нормативного, інституційного та процедурного підходів у сучасній політико-правовій науці» [164] відзначає, що «інституції роблять можливою колаборацію держави і суспільства, спільне життя людей та їх співпрацю, пристосовуючи несоціальну за своєю суттю людину до життя в суспільстві, і кожен з інститутів покликаний задовольняти певні суспільні й особисті потреби та виконувати відповідні функції» [164].

Надалі в теорії державного управління сформувалися два підходи до розкриття поняття «соціальна інституція». У першому випадку наголошують на функції та нормативно-поведінковій стороні цього соціального утворення. В основі атрибуту соціальної інституції покладені усталені моделі, зразки поведінки й соціальних відносин, що ґрунтуються на сукупності норм або правил. Прихильники більш широкого визначення соціальної інституції враховують також її зовнішню (матеріальну) і діяльнісну сторону. Наприклад, у західній соціології переважає функціональний і нормативно-поведінковий підходи, хоча тією чи іншою мірою вчені звертають увагу на різні аспекти інститутів та інституцій. Згідно з Е. Дюркгеймом, можна назвати інституцією всі вірування, всі поведінки, встановлені групою, будь-який соціальний інститут – це утверджена функція, це дія, яка викристалізувалася і стала звичкою. Його розвиток зумовлений певними потребами, хоча колись створені соціальні інститути можуть служити цілям, яких ніхто не міг передбачити, а отже, для яких їх не організовували. Пояснювати соціальні інститути, як

вважає Е. Дюркгейм, слід як будь-які соціальні явища, тобто розглядати їх як соціальні факти. Вивчати в історичній ретроспективі від найпростіших форм до складних, розкриваючи сутність елементів, з яких вони складаються, і виявляючи причини їх виникнення та призначення.

Німецький науковець М. Вебер акцентує на тому, що в інститутах відтворюються «соціальні зв'язки, що регулюються нормами, зміст яких встановлює суспільство з метою задоволення потреб своїх членів. Інститут – це спільнота людей, "союз", заснований на згоді, дії, а порядок підтримується фізичним або психічним примусом».[168] Як головні ознаки інституту німецький вчений виділяє заміну добровільного вступу зарахуванням на підставі суто об'єктивних даних і незалежно від бажання осіб, яких зараховують, а також наявність раціональних установок і апарату примусу, що є одним з визначальних факторів поведінки службовців. До них належать держава, церква, споконвічне «сімейне співтовариство», громада, у тому числі й релігійна і т.д. Тобто інститут – це певним чином організоване об'єднання людей, співтовариство. Згідно з Т. Парсонсом, інституціональні схеми – це «нормативні моделі, які визначають, що в даному суспільстві вважається належним, законним чи очікуваною дією або соціальними взаєминами» [168]. Інституціальні нормативні моделі є частиною соціальної структури та сприяють тому, щоб соціальна дія перестала бути безладною і здійснювалася згідно з вимогами цих моделей. Тобто в разі обов'язковості інституціальні моделі «визначають» дію, а також визначають ті межі, «за які не має переходити відхилення, і створюють сили, які протидіють цим відхиленням» [168]. Вчений підкреслює такі важливі функції інституцій, як «цементування» суспільного життя та забезпечення спільних угод, за сприяння яких досягається наступність поколінь. Тут узято до уваги нормативно-ціннісний, поведінковий і діяльнісний аспекти інституції, а також акцентовано на санкції як на її елементі.

Німецький учений Н. Луман визначає інституцію як «комплекс фактичних очікувань відносин, які актуалізуються в контексті соціальної ролі

і як такі, що можуть розраховувати на соціальний консенсус». [49] У його визначенні хоча і є «очікування» Т. Парсонса, однак застосовано новий елемент – «соціальний консенсус». Для нього це принциповий аспект, оскільки, по-перше, соціальний консенсус вказує на головну соціальну функцію інституцій у суспільстві, яка полягає у встановленні ними «основи стосунків за допомогою легітимації передбачуваного консенсусу» [168], а по-друге, інституції – це ті «генералізовані у часі предметно й соціально очікувані відносини, які й вибудовують структуру соціальної системи» [49]. Тобто ця структура формується не через дію, а через очікування дій, які зумовлені певними відносинами в умовах консенсусу. За Ю. Ущаповським, інституція – це «набір правил, пов'язаних з певним соціальним контекстом, який здійснює подібні, істотні соціальні функції». [163] Соціальний контекст він розкриває як різні сфери суспільного життя, у яких люди реалізують якісь важливі соціальні функції: народження і виховання дітей, виробництво та розподіл товарів, відпочинок і розвага, узгодження й координація колективних цілей тощо [163].

На високому рівні абстракції можна допустити, що функції можуть виконувати соціальні організації, соціальні утворення тощо, які, однак, є системним комплексом, що включає, перш за все, людей, їх ролі, статуси і, звичайно, норми, правила, що зумовлюють особливі типи соціальних відносин. Нормативно-поведінковий підхід до визначення інституцій описує їх як «сукупність соціальних норм і культурних зразків, які визначають стійкі форми соціальної поведінки та дії, систему поведінки відповідно до цих норм». [94] У працях М.Олійник зроблено акцент на єдності трьох елементів у соціальних інститутах: нормативно-правової верхівки, соціокультурної підстави і системи соціально-правового контролю над дотриманням правил і норм. При цьому вона підкреслює «стійкість соціокультурних підстав до змін формально-правового простору, їх здатність відхиляти або модифікувати норми, що суперечать існуючим соціокультурним правилам» [94]. У свою чергу, І. Бідзюра під інституціями розуміє «зразки поведінки», втілені в

комплексах соціальних ролей і відповідних соціальних організаціях» [7]. Тобто враховує не тільки поведінковий, але й соціально-організаційний аспект характеристики інституцій. Українська дослідниця Н. Волвенко визначає інституцію як «організовану систему зв'язків і соціальних норм, яка об'єднує значущі суспільні цінності і процедури, що задовольняють основним потребам суспільства» [20]. Далі вона пояснює, що під суспільними цінностями розуміють колективні ідеї та цілі, під громадськими процедурами – «стандартизовані зразки поведінки в групових процесах, а під системою соціальних зв'язків – сплетіння ролей і статусів, за допомогою яких ця поведінка здійснюється й утримується у певних межах» [20]. Водночас, розглядаючи спільне й особливе між інституціями та соціальними групами, Н. Волвенко стверджує, що інститут – «це своєрідна форма людської діяльності, що заснована на чітко розробленій ідеології, системі правил і норм, а також розвинутому соціальному контролі за їх виконанням» [20]. Інституції підтримують соціальну структуру і порядок у суспільстві. До інституціональних ознак дослідниця відносить «установки і зразки поведінки, символічні культурні ознаки, утилітарні культурні риси, усний і письмовий кодекс, ідеологію» [20]. Тобто все ж робить акцент на нормативних і поведінкових аспектах інститутів. При цьому підкреслює, що інституція характеризується діяльнісними, матеріальними та нормативно-поведінковими аспектами, які не були включені в її основне визначення. Однак при цьому успішна діяльність інституту можлива лише за реалізації сукупності певних факторів, з-поміж яких і наявність матеріальних засобів та умов, які забезпечують успішне виконання нормативних приписів інститутів і здійснення соціального контролю. Тобто визначення є нормативно-поведінковим, а в успішній діяльності інституту підкреслюється необхідність не тільки нормативних, але й матеріальних сторін його діяльності, що свідчить про визнання вченим комплексного характеру інституції. У теорії інституціональних матриць специфіка соцієтальних інституцій полягає в тому, що вони виявляються і реалізуються як на формальному рівні у вигляді

конституції, законодавства, правового регулювання тощо, так і в неформальній сфері - як норми поведінки, звичаї, традиції, історично стійкі системи цінностей тощо. При цьому підході яскраво вираженим є неоінстітуціональний підхід до проблеми інститутів, і хоча останні розуміються як стійкі і постійно відтворювані соціальні відносини, неважко помітити вплив визначення Д. Норта щодо формальних рівнів і неформальних сфер, які характеризують специфіку соцієтальних інституцій. Інституція виникає та існує для задоволення різноманітних індивідуальних, групових і суспільних потреб та є історично складеною й усталеною формою організації життя і спільної діяльності людей у суспільстві, тобто є стійким соціальним утворенням. Крім того, норми, правила і санкції є обов'язковими атрибутами соціальних інститутів, оскільки саме вони визначають поведінку, взаємодії та зв'язки. На наш погляд, вузьке (нормативне, рольове, поведінкове) визначення інституції не відображає весь спектр її характеристик, і вимагає подальших додаткових пояснень для виявлення її сутності. Також, незважаючи на високий рівень узагальнення й абстракції, поняття інституцій не може бути зведене тільки до сукупності, системи норм і зразків поведінки.

Звідси, інституція – це стійка форма організації спільного життя й діяльності людей, специфічність поведінки, відносин, ролей та статусів яких зумовлюються комплексом норм, цінностей, процедур і санкцій, а також наявністю відповідних матеріальних та інших ресурсів, що в сукупності забезпечує задоволення потреб, регулювання і контроль, стабільність та інтеграцію соціумів різного рівня. Це визначення є комплексним і об'єднує соціально організаційну, діяльнісну, нормативно-поведінкову, матеріальну й функціональну сторони інституцій, які в комплексі забезпечують стійкість цієї форми організації спільного життя і діяльності людей.

Інституціональні функції (згідно з С. Хантингтоном):

«- інтегративна, спрямована на впорядкування і зміцнення внутрішньо- та міжінституційних соціальних зв'язків, стійкість яких є умовою стабільності суспільства;

- регулятивна, що полягає в регулюванні та регламентації соціальних взаємодій на основі формальних і неформальних норм, правил поведінки і санкцій;

- трансляція соціального досвіду, що сприяє відтворенню та стійкості соціальних відносин, передачі загальнозначущих зразків поведінки від покоління до покоління;

- диференційована, що зумовлює спеціалізацію сфер діяльності, ранжування та селекцію соціальних ролей і позицій;

- суспільний контроль, що забезпечує здійснення соціальних контактів, взаємодій і відносин у межах, встановлених суспільством» [167].

Загальновідомо, що революційні інституціональні зміни можуть здійснюватися декількома шляхами:

1) імпорт моделі інституцій з однієї країни в іншу;

2) реорганізація існуючих інституцій відповідно до якоїсь ідеальної моделі;

3) відродження інституцій, що мали місце в минулому [134].

Перший варіант становлення нових інституцій є найбільш популярним, оскільки моделі західних ринкових інститутів в умовах глобалізації стали найпоширенішими у світі. Використовуючи наявні ресурси, держава перерозподіляє їх на користь розвитку привабливих інституціональних форм, реалізує рішення, які зумовлюють структурні зрушення у громадських підсистемах, змінює умови, правила і відносини між інститутами, регламентує й контролює інституціональне середовище. Реформування соціальних інституцій за допомогою одного з названих шляхів має відповідати певним вимогам. Д. Норт закликає, перш за все, враховувати спрямованість змін і залежність від минулого досвіду, оскільки, по-перше, інститути формують «інституціональний вибір, сприяють створенню організацій і груп інтересів, добробут яких залежить від функціонування цих же інституцій» [92], а по-друге, інститути не завжди створюються з метою бути соціально ефективними. Імовірно, вони або принаймні формальні правила формуються з метою

служити інтересам тих, хто має владу і можливість впливати на створення нових правил.

По-третє, система віри і цінностей, яка сформувалася на основі минулого досвіду, не може допомогти у вирішенні нових проблем. Відтак революційний шлях трансформації інститутів залежить від інтересів впливових груп і вимагає врахування соціокультурної специфіки суспільства, де здійснюються перетворення. Не можна також забувати, що інституціональні зміни – це «не миттєвий акт, а тривалий процес» [77].

Хоч як велике значення інституту економіки в житті суспільства, перетворення в цій сфері значною мірою залежать від політики, а також від мотивів економічної й державотворчої поведінки людей. Проголошення зміни ціннісної системи або ідеалів не може швидко позначитися на повсякденних політичних або економічних взаємодіях, заснованих на сталих традиціях, нормах і звичках. Відтак, будь-які перетворення в суспільстві мають проводити з урахуванням взаємозв'язку економічних, політичних, державотворчих і соціокультурних факторів впливу на швидкість трансформацій та реформування соціального підприємництва. У неоінституціоналізмі використовується поняття «конгруєнтності інститутів», під яким розуміють «наявність загальних тенденцій розвитку панівних у суспільстві неформальних та імпортованих формальних норм», підкреслюючи при цьому, що наявність конгруєнтності дає змогу отримати конвергенцію інституцій, інститутів і траєкторії інституційного розвитку [92]. Практику і результати революційних перетворень інститутів у науці оцінюють неоднозначно. Очевидно, що в будь-якому випадку при революційних інституціональних перетвореннях необхідно враховувати специфіку національної культури і попередній інституціональний розвиток, до чого закликають вчені соціально-гуманітарних наук.

Інституціоналізація – це процес, а також результат процесу формування різних форм організації життя і діяльності людей як стійких соціальних утворень і практик, тобто інститутів (наше визначення). Передумовами цього

процесу є виникнення певних особистих, групових і суспільних потреб у нових формах організації життя і діяльності, а також наявність відповідних умов. Концепція П. Лукмана і Т. Бергера розглядає інституціоналізацію як процес виникнення, підтримки та передачі суспільного порядку. Для виникнення інституту необхідні соціальні підстави, які складаються в період попередньої інституціоналізації [5].

Власне процес інституціоналізації, проходить трьома етапами:

1) типізації;
2) об'єктивування;
3) легітимації [92].

На етапі типізації виникає первинний суспільний контроль, найбільш важливою перевагою стає те, що тепер кожен може передбачити дії іншого, а отже, взаємодії стають передбачуваними, побутові (як індивідуальні, так і спільні) дії типізуються і відходять на другий план, сприяючи поділу праці, відкриваючи дорогу інноваціям, наприклад, у соціальному підприємництві, які вимагають більшої уваги. Другий етап, у процесі якого екстерналізовані продукти людської діяльності набувають характеру об'єктивності, називається об'єктивуванням. У цей період розширюються суспільні взаємодії за рахунок приєднання все нових індивідів, сама інституціоналізація вдосконалюється, інституційний світ передається іншим, а інститути стають історичними, об'єктивними. У процесі легітимації сформований соціальний порядок пояснюється і виправдовується, наділяється сенсом. Під час передачі соціального світу нащадкам його реальність набуває своєї масивності, але сприймається новим поколінням швидше як традиція, а не як індивідуальна пам'ять. У зв'язку з історизацією та об'єктивуванням інституцій, таких як СП, стає необхідною і розробка спеціальних механізмів суспільного контролю, оскільки відхилення від інституційно «запрограмованого» способу дій стає можливим як тільки інститути стають реальностями, відірваними від первинних конкретних суспільних процесів, у контексті яких вони виникають. Іншими словами, більш імовірно, що кожен індивід буде відхилятися від

програм, установлених для нього іншими, ніж від тих, які він сам для себе встановлює. Тобто перед кожним новим поколінням постає проблема виконання існуючих правил, що вимагає введення в процес соціалізації санкцій, які, однак, у разі успішної соціалізації нового покоління будуть застосовуватися вибірково й обережно, оскільки поведінка в рамках інституціональних значень і каналів буде передбачуваною та контрольованою. Інституціоналізація не є незворотнім процесом, за багатьма історичними причинами межі інституалізації можуть зменшуватися, і в окремих сферах суспільного життя може мати місце деінституціоналізація.

Для збереження і відтворення інституціональних «якорів» потрібна постійна легітимація, тобто пояснення й обгрунтування правомірності інституціоналізованого суспільного порядку загалом та соціального підприємництва зокрема. Очевидно, що по суті легітимація на тому чи іншому рівні «пронизує» всі попередні етапи процесу інституціоналізації, оскільки інститут, як правило, не може повністю сформуватися за життя одного покоління. Ґрунтуючись на теорії інституціоналізації П. Бергера і Т. Лукмана, С. Хантингтон розрізняє та характеризує чотири етапи інституціоналізації: доінституціональний, інституціоналізації, інституційний (включаючи періоди неінституційного стану) і деінституціоналізації, – які утворюють інституційний цикл для конкретного соціально-економічного явища. Особливостями доінституціонального етапу є: зміна конфігурації інститутів через нове явище; персоналізація явища, тобто його залежність від певної людини; мала частка участі нового явища в суспільному житті; нестійкість і слабкий прояв його сутності. Етап інституціоналізації пов'язаний з поступовою деперсоналізацією і більш чітким визначенням функціонального призначення суспільного явища, початком його легітимації та розростанням функцій. На інституціональному етапі явище стає інститутом, тобто має дві сутнісні властивості - стійкість і організаційний вплив на суспільне життя, які свідчать про легітимність інституту. І зрештою процес деінституціоналізації

починається при довготривалому невиконанні інститутом свого функціонального призначення, незалежно від причини цього невиконання.

На наш погляд, більш конструктивною є концепція П. Циганкова, який вважає, що інституціоналізація – «це процес визначення і закріплення суспільних норм, правил, статусів і ролей, приведення їх у систему, яка здатна діяти в напрямі задоволення певної суспільної потреби», а також «це заміна спонтанної та експериментальної поведінки на передбачувану поведінку, яка очікується, моделюється, регулюється» [164].

Під час процесу інституціоналізації, що включає утворення соціального інституту, С. Фролов виділяє такі послідовні етапи:

1) виникнення потреби, задоволення якої вимагає спільних організованих дій. У випадку соціального підприємництва, це означає потребу вирішення соціальних проблем ефективно, не втрачаючи можливості отримувати прибуток;

2) формування загальних цілей;

3) поява суспільних норм і правил під час стихійної соціальної взаємодії, яка відбувається методом спроб і помилок;

4) розвиток процедур, пов'язаних з цими нормами і правилами;

5) інституціоналізація норм і правил, тобто їх прийняття та практичне застосування;

6) встановлення системи санкцій для підтримки норм і правил, а також диференціація їх застосування в окремих випадках;

7) створення системи статусів і ролей, що охоплюють усіх членів інституту без винятку.

Необхідно також враховувати той факт, що інституціоналізація кожного суспільного явища має власні історичні терміни та відмінні риси, зумовлені різними факторами не тільки економічного і державотворчого, а й ідеологічного, психологічного, культурного та іншого характеру.

Зароджуючись у найпростіших, рудиментарних формах, у процесі свого розвитку ті чи інші способи організації життя і діяльності людей набувають стабільних інституційних ознак:

1) виділення певного кола суб'єктів, що вступають у процесі діяльності у відносини, які набувають стійкого характеру;

2) певна (більш-менш формалізовану) організація;

3) наявність специфічних соціальних норм і приписів, що регулюють поведінку людей у рамках суспільного інституту;

4) наявність суспільно значущих функцій інституту, що інтегрують його в соціальну систему і забезпечують його участь у процесі інтеграції останньої.

Додамо до цього, що необхідними ознаками суспільних інститутів, на який перетвориться СП, також є:

- упорядкованість і чіткий розподіл ролей, функцій, прав та обов'язків кожного з учасників діяльності інституту;
- наявність формальних (конституції, закони, нормативні акти, кодекси тощо) і неформалізованих, неписаних (заборони, звичаї, традиції) норм і правил поведінки, взаємодії та діяльності не тільки в рамках інституту, але й суспільства;
- наявність органів і механізмів регулювання та управління діяльністю інституту, а також системи позитивних і негативних санкцій.

Завершення процесу інституціоналізації – це інтеграція нової форми соціальної практики в існуючу структуру виробничо-економічних, соціально-політичних, правових, ідеологічних та соціокультурних відносин. Держава, з одного боку, підтримує діяльність тих інститутів, які адекватні її потребам і виконують суспільно значущі функції, а з іншого боку, за допомогою певного набору формальних і неформальних санкцій здійснює суспільний контроль над відповідними типами поведінки.

Отже, зміна механізму генезису і розвитку соціальних інститутів у сучасному українському суспільстві позначилась на процесі

інституціоналізації, періодизація якого має суттєві відмінності в разі еволюційної та революційної інституціоналізації явищ у соціумі. Спонтанність і поступове набуття інституційних ознак, формування норм і зразків поведінки змінилося рішучою легалізацією формальних норм та необхідністю їх легітимації протягом усього процесу інституціоналізації.

Висновки до розділу 1

1. Основні наукові погляди на СП в Україні вказують на те, що розвиток цієї галузі та позитивна тенденція в ній є тривалим і складним процесом, який можна прискорити та стабілізувати шляхом формування соціального підприємництва як самостійного напряму політики соціально-економічних реформ. Державне регулювання визначається як важлива системна підтримка для забезпечення сталого розвитку соціального підприємництва.

Першим кроком є закріплення на законодавчому рівні терміна «соціальне підприємство», яке б поєднувало в собі соціально відповідальну підприємницьку діяльність і соціальне призначення цього бізнесу. Також необхідно визначити і прописати чіткі вимоги щодо характеристик підприємства та критерії відбору, за якими підприємство може називатися соціальним. Важливим кроком у законодавчому закріпленні соціального підприємництва є створення електронного реєстру соціальних підприємств, куди їх будуть вносити тільки після перевірки та верифікації.

На нашу думку, позитивним досвідом для розвитку українського соціального підприємництва буде не обмежувати соціальні підприємства певними організаційно-правовими формами, щоб забезпечити ефективний простір для їхнього розвитку та заохочення соціально відповідальних підприємців. На сьогодні основним питанням, що може пришвидшити позитивний розвиток соціального підприємництва, є законодавче регулювання.

Встановлено, що відсутність організаційно-правової бази для діяльності суб'єктів соціального підприємництва негативно впливає на ясність і визначеність соціальних підприємств в Україні. Відтак явище соціального підприємництва потребує законодавчого врегулювання та впровадження європейських стандартів і практик у вітчизняній дійсності. Отже, для сталого розвитку соціального підприємництва в Україні необхідне стратегічне регулювання. Встановлено, що для ефективного оцінювання соціальної діяльності найкраще використовувати комбінацію методів кількісного та якісного аналізу. Використання якісних методів дає змогу більш повно оцінити інтереси та потреби представників соціальної групи, позиції всіх зацікавлених сторін та систему їх пріоритетів, сприяє зрозумінню економічного, політичного й соціального контексту процесу соціальної відповідальності.

Оцінювання будь-якого аспекту соціальної відповідальності підприємства потребує використання конкретної системи показників. З урахуванням міжнародного досвіду використання кількісних методів для вимірювання ефективності соціальних інвестицій і розширення їх показниками для оцінювання зовнішнього середовища важливо визначити такі цілі оцінювання: ефективність використання інтелектуальних та соціальних ресурсів підприємства, ефективність соціальних інвестицій, конкурентоспроможність та вплив соціальних інвестицій на результати діяльності. Запропонована методика оцінювання діяльності соціальних підприємств передбачає такі кроки: визначення мети оцінювання; ідентифікація об'єктів оцінювання; обґрунтування критеріїв оцінювання; визначення набору показників оцінювання; вибір методів розрахунку показників; розрахунок кількісних значень критеріїв, тобто показників, що відповідають різним критеріям.

2. Інституціоналізація, як унікальна категорія, має ієрархічну організацію та власну структуру, дослідження якої вимагає певного рівня абстракції. Предметна структуризація інституціоналізації охоплює

комплексну характеристику соціального підприємництва за такими напрямами: рівні інституалізації; причинно-наслідкові зв'язки, які мають значення під час зміни та розвитку соціального підприємництва; особливості інституалізації та її етапи; роль інституціоналізації як інструменту державотворення.

Інституційний аналіз відображає оцінювання соціального підприємства з вартісної перспективи, використовує процесний підхід до вибору методики аналізу та має комплексний характер. Зміна механізму виникнення та розвитку соціальних інститутів у сучасному українському суспільстві суттєво вплинула на процес інституціоналізації. Періодизація цього процесу виявляє значні відмінності між еволюційною та революційною інституціоналізацією явищ у соціумі. Спонтанний характер та поступове формування інституційних рис, а також встановлення норм і моделей поведінки зазнали кардинальних змін через рішучу легалізацію формальних норм та необхідність їх легітимації протягом усього процесу інституціоналізації.

Проте виникає суперечність між необхідністю інституціоналізації соціального підприємництва для його розвитку та відсутністю ефективних шляхів реалізації цього процесу на практиці. Також існує конфлікт між вимогою застосування інституційного підходу до вивчення соціального підприємництва в системі державного управління та недостатнім розвитком наукового апарату для таких досліджень. На сьогодні можна відзначити роз'єднаність у створенні екосистеми соціального підприємництва в Україні. Громадські організації, неурядовий сектор та приватні підприємці самостійно організовуються та виявляють ініціативу щодо розвитку соціального підприємництва, так би мовити, знизу. З іншого боку, соціальні підприємці ще не мають твердих зв'язків за галузевим принципом, практично не використовують торговельні марки соціальних підприємств. Обґрунтовано проблеми у сфері освіти для соціального підприємництва. Також існує обмежена можливість використання різних ресурсів для отримання фінансових результатів. Водночас в Україні відсутні серйозні наукові

дослідження феномену соціального підприємництва, зокрема його впливу на соціальні проблеми.

3. Порушена в дослідженні термінологічна проблема зумовлена поширенням в українському політичному і науковому обігу понять «інституціоналізація», «інституціалізація» та «інституалізація», що потребує ретельної уваги перед розглядом змісту інституалізації соціального підприємництва. Основна роль інституцій у суспільстві полягає в установленні стійкої взаємодії між людьми та зменшенні невизначеності. Проте стабільність інституцій не виключає їхньої здатності до змін з плином часу. Отже, інституції створюють можливості для членів суспільства, тоді як організації формуються для використання цих можливостей.

Інституціоналізація соціального підприємництва є ключовим фактором та передумовою для економічного розвитку в Україні в сучасний період. Це зумовлено необхідністю встановлення механізму, який може узгоджувати та коригувати соціальні взаємодії підприємців не лише з іншими учасниками, які діють у цьому сегменті соціально-економічних відносин, але й із суспільством у цілому. Роль бізнесу, включаючи соціальний, у створенні національного багатства та просуванні суспільства є настільки важливою, що інститут соціального підприємництва розглядається як механізм досягнення компромісу між соціальними суб'єктами, які представляють різні інтереси економічного, політичного й соціального характеру. Важливо розглядати його розвиток як фактор соціальної інтеграції різних соціумів і поліпшення якості життя населення.

РОЗДІЛ 2
ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА І ДЕРЖАВИ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕХАНІЗМИ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

2.1. Особливості соціального підприємництва в сучасній Україні як інноваційної соціальної технології в системі взаємовідносин держави і суспільства

Протягом останнього десятиріччя Україна пройшла складний шлях трансформації, пошуку власних стратегій розвитку, утвердження цінностей та економічних перетворень. Незважаючи на виклики, які виникали в українському суспільстві, можна відзначити позитивні зміни в суспільному економічному мисленні. Сьогодні загальновизнаною є ідея, що ключовим чинником виробництва є людські ресурси, а ефективним інвестуванням виступають інвестиції у людський капітал. Розвиток держави, спрямований на соціальні потреби, став основною стратегічною перспективою, а також важливою складовою сталого розвитку. У цьому контексті велике значення мають та будуть мати соціальні інновації.

Нові часи потребують новітніх технологій, інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем, адже багато з тих, що діють зараз, є уже морально застарілими і не справляються зі своїм завданням повною мірою. Саме соціальні інновації є основою інноваційного середовища в соціальній державі, що сприяє різноманітним корисним нововведенням, серед яких технічні, технологічні, інформаційні. Саме СП є ключовою інновацією, яка сприяє активним змінам у суспільстві та є фундаментом для сталого розвитку як для неприбуткових, так і для прибуткових підприємств.

Для кращого розуміння концепції «соціальне підприємництво» визначимо його ключові ознаки та характеристики:

- соціальний вплив: зорієнтованість на вирішення актуальних соціальних проблем;
- інноваційність: використання новаторських підходів і методів;
- самоокупність і фінансова стійкість: здатність забезпечувати розв'язання соціальних завдань за рахунок власних доходів та збереження фінансової стійкості;
- масштабованість і реплікація: збільшення масштабів діяльності соціального підприємства на національному та міжнародному рівнях, а також поширення досвіду для збільшення соціального впливу;
- підприємницький підхід: здатність підприємця спостерігати ринкові можливості, знаходити інноваційні рішення та розвивати нові напрями, спрямовані на довгостроковий позитивний вплив на суспільство в цілому [197].

Слід відзначити, що розвиток соціального підприємництва має велике значення для економіки кожної країни. Ця форма діяльності дає змогу зменшити фінансове навантаження на державний бюджет, оскільки соціальні підприємства активно залучаються до вирішення проблем соціально вразливих верств населення, їх працевлаштування та соціальної адаптації. Варто зауважити, що СП набуває все більшого попиту в європейських країнах. Європейська комісія виокремлює чотири основні сфери, у яких діють соціальні підприємства:

- робоча інтеграція: забезпечення навчання та інтеграції для людей з обмеженими можливостями та безробітних;
- соціальні послуги: надання послуг з догляду за дітьми, підтримка людей похилого віку та допомога малозабезпеченим групам населення;
- місцевий розвиток: сприяння розвитку територій, що перебувають у важкій ситуації, таких як віддалені сільські райони;
- інші сфери: захист навколишнього середовища, підтримка у сфері спорту, мистецтва, культури та історичного збереження, а також дослідження та інновації, захист прав споживачів [148].

Як засвідчує досвід зарубіжних країн та України, місія соціального підприємництва особливо цінна у важкі періоди економічних криз або інших катастроф, таких як епідемія COVID-19. У такі часи всі проблеми стають ще більш нагальними для суспільства, і їх вирішення є критично важливим для подальшого успішного функціонування цього суспільства. Крім того, розвиток і впровадження соціального підприємництва можуть сприяти виходу з кризи шляхом створення сприятливого бізнес-середовища, розвитку цінних інновацій, зміцнення суспільної солідарності, укріплення активної громадянської позиції та об'єднання суспільства.

Соціальні проблеми стрімко змінюються, проте не втрачають своєї актуальності й нагальності. Незважаючи на це, інвестори фінансових ресурсів не поспішають вкладати свої кошти у соціальні організації, які саме й займаються вирішенням проблем та допомогою незахищеним верствам суспільства. Тому такі неприбуткові громадські організації мусять знаходити нові підходи для продовження своєї діяльності, розширюючи її вплив і маючи можливість надавати ще більше користі суспільству. Ефективне вирішення конкретної соціальної проблеми залежить від профілю даного підприємства та його здатності мобілізувати необхідні фінансові ресурси, що є основними мотиваційними силами соціального підприємництва.

Цікаво, що розвиток соціального підприємництва, незважаючи на підтверджену користь для суспільства, залежить від приватних інвесторів, яких можна вважати ентузіастами, а не від держави, яка також має велику вигоду від функціонування таких підприємств. Для виправлення цієї ситуації Україні необхідна національна стратегія розвитку соціального підприємництва, яка б об'єднала зусилля та інтереси усіх зацікавлених сторін – держави, підприємців та громадських організацій.

Феномен соціального підприємництва полягає в тому, що воно перебуває на межі між традиційним і благодійним підприємництвом. Воно використовує підходи першого і соціальну спрямованість другого. Функціональним призначенням соціального підприємництва в Україні є

задоволення потреб української громадськості шляхом надання послуг новітніми способами, створення нових робочих місць, усування різниці між сільськими й міськими територіями, надаючи першим більше можливостей для розвитку, покращення соціальної інфраструктури, зниження соціального напруження, надання можливості реалізації професійного досвіду громадян, яким це важко зробити самостійно, а також шляхом підтримки активності й соціальної відповідальності в суспільстві, громадських ініціатив та стимулювання творчої активності українців. Отже, розвиток соціального підприємництва в Україні має безперечну користь для держави та характеризується неабиякими перспективами для подальшого розвитку. Розглядаючи вже існуючі українські соціальні підприємства, можна помітити ряд ключових характеристик, що їм притаманні:

- позитивна репутація серед місцевої спільноти, з широким колом партнерів на місцевому рівні, включаючи органи влади, ЗМІ та бізнес;
- фокус на найбільш актуальних для території соціальних проблемах;
- наявність необхідних технічних та адміністративних ресурсів;
- особливості керівництва таких організацій, які включають високий рівень активності, досвід у сфері бізнесу та володіння інноваційними технологіями, а також обмежену конкуренцію за обраним напрямом діяльності.

Історія українського соціального підприємництва налічує понад десять років, але значний розвиток за цим напрямом можна спостерігати після 2012 р., що можна пояснити економічною та соціальною кризою, яка тоді панувала в українському суспільстві.

У 2008 р. в Україні було зареєстровано лише 13 соціальних підприємств, то в наступні роки відповідно – 21, 31, 37, а в 2012 р. їх налічували вже 1459. З того часу їх кількість невпинно і стрімко зростала, і в 2019 р. таких підприємств в Україні було аж 46 288 [81]. Таку значну активність можна

пояснити передусім зниженням якості життя українців, а отже, виникненням нових потреб та загостренням уже існуючих суспільних проблем.

У 2014 р., що став особливо важким для України, через військову агресію з боку північного сусіда й окупацію земель на Донбасі, підвищення рівня інфляції і збільшення кількості безробітних, а також виникнення нової для України незахищеної категорії громадян – внутрішньо переміщених осіб, що потребували захисту, підтримки й допомоги (як фізичної, так і моральної), знову відбулось різке збільшення кількості соціальних підприємств, що намагались впоратися з новими реаліями. У 2014 р. таких СП було зареєстровано 3762 [81]. Через певну невизначеність у законодавстві соціальні підприємства, що є суб'єктами підприємницької діяльності, можуть обирати будь-яку зручну організаційно-правову форму. Визначено такі найбільш популярні організаційно-правові форми з-поміж соціальних підприємств [155]:

- «фізичні особи – підприємці (ФОП) – 26 %;
- приватне підприємство – 16 %;
- громадська організація – 14 %;
- товариства з обмеженою відповідальністю – 13 %;
- сільськогосподарський кооператив –10 %;
- інші форми – 21 %» [155].

Цікаво, що незважаючи на історію, надбання та успіхи, СП в Україні досі не є повністю легітимним, хоча спроби його узаконення і регламентації вже відбувалися. Вперше це сталося у 2012 р. завдяки депутату О. Фельдману, який вніс на розгляд Верховної Ради України законопроєкт під назвою «Про соціальні підприємства». Цей проєкт мав ввести в законний обіг саме поняття «соціальні підприємтсва» та пропонував ознаки, за якими ці підприємства можна ідентифікувати й відрізняти від інших. Однак ініціативу було відхилено, так само, як і повторну спробу, зроблену вже в 2015 р. У 2019 р. СП згадується у деяких розпорядженнях Кабінету Міністрів України, а саме затвердженому Плані заходів з реалізації Стратегії розвитку малого і

середнього підприємництва в Україні на період до 2020 р., де окремим пунктом передбачено «проведення дослідження стану розвитку соціального підприємництва в Україні та підготовка пропозицій щодо розроблення проєктів нормативно-правових актів щодо підтримки соціального підприємництва з урахуванням кращого міжнародного досвіду» та «Про затвердження плану заходів на 2019 рік щодо реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016–2020 роки».

Незважаючи це, чіткого визначення, регламентування правових норм, засобів контролю і опису явища соціального підприємництва досі не існує, тож, на нашу думку, держава приділяє цьому питанню набагато менше уваги, ніж воно на те заслуговує [40, 113, 114, 124]. Цікавлячись організацією внутрішньої структури соціальних підприємств, можна помітити, що найбільше з-поміж співробітників залучено молоді (близько 70 %), а більше ніж половина працівників є жінками. Серед видів діяльності є безліч варіантів, але можна виокремити й найбільш популярні напрями: «працевлаштування соціально вразливих верств населення – 35 %; генерування прибутку для організації – 24 %; генерування прибутку для надання послуг – 19 %; фінансування певних видів послуг – 14 %; вирішення екологічних проблем – 8 %» [155].

Однією з характерних ознак, що виділяє СП з-поміж інших, є наявність задекларованої соціальної місії. Згідно з деякими проведеними опитуваннями [59], майже половина СП мають статут, де сформульовано їх соціальну місію – 46 %. Деякі мають відкриту публічну декларацію – 17 %, інші використовують для цього різні договірні документи – 17 %. У деяких випадках це може бути угода про співпрацю, певні договори або меморандуми. Але є й частина соціальних підприємців (9 %), які зізналися в тому, що не мають задекларованої власної місії, при тому, що саме таку вимогу висуває законодавство до СП; крім того, вони повинні мати не менше ніж половину зайнятих працівників, які б належали до соціально незахищених груп населення, і в тому самому обсязі їх послугами користувалися б

представники соціально незахищених категорій громадян. Отриманий прибуток соціальні підприємства мають спрямовувати на соціальні ініціативи.

Говорячи про вдалі приклади соціального підприємництва в Україні, першим завжди називають «Urban Space 100» – громадський ресторан у центрі Івано-Франківська. Цей приклад надихає багатьох, хто лише замислюється про те, щоб почати шлях соціального підприємця, і демонструє, як невеликі, але об'єднані зусилля багатьох людей можуть вплинути на розвиток цілого міста. Це заклад колективної власності, заснований сотнею меценатів, які одночасно інвестували у спільну справу по одній тисячі доларів. Вкладники не очікували прибутку, адже, попри успіх ресторану, усі прибутки від його роботи йдуть на потреби міста і його жителів. Отже, частина прибутків витрачається на утримання закладу, зарплатню найманим працівникам, а друга частина – на розвиток сучасного міського простору – нагальні потреби визначають власники на регулярних загальних зборах. Усі містяни за бажанням можуть відвідувати ці збори, висувати власні ідеї, захищати проєкти та голосувати. Найчастіше кошти витрачають на озеленення вулиць, покращення велосипедної інфраструктури, арт-проєкти для міста.

Цей проєкт надзвичайно цікавий з погляду своєї організації, а ще, на нашу думку, відіграє важливу роль у становленні громадянської відповідальності, адже показово демонструє мешканцям Івано-Франківська, що життя їх міста залежить від них. Кожен може впливати на прийняття рішень і робити особистий внесок у спільну справу, а це саме така відповідальність, якої катастрофічно не вистачає багатьом громадянам більшості посттоталітарних країн. Адже демократична держава, якою є Україна, кардинально відрізняється від тоталітаризму, коли людина є абсолютно залежною від держави, а у відносинах з нею виступає прохачем. Сьогодні громадяни є рівноправними учасниками процесу управління і подібні проєкти демонструють це, ламаючи усталені стереотипи. Всі, хто підтримує «Urban Space 100» приймають рішення і несуть відповідальність, об'єднанні єдиною метою – зробити своє місто ще комфортнішим, а життя в

ньому простішим. Ще одним соціальним підприємством, яке успішно функціонує, є одеський фонд «Дорога додому», що займається допомогою безпритульним підліткам. Це одна з вразливих і незахищених верств населення, яка потребує особливої опіки. Після російського наступу на сході України, фонд опікується вимушеними переселенцями, допомагаючи їм адаптуватися і віднайти себе в новому житті.

Схожою діяльністю займаються фонди «Злагода» (м. Краматорськ), «Оселя» (с. Винники, Львівська обл.), «Вигода» (м. Житомир) [12]. Вони організовують місця ночівлі та шукають тимчасове житло для безпритульних, займаються організацією робочих місць для осіб, яким важко влаштуватися на роботу самостійно (безпритульні, люди з обмеженими можливостями, особи, що перебували у місцях позбавлення волі чи ті, хто у минулому мали згубну залежність). Всі ці люди завдяки діяльності таких фондів здобувають шанс розпочати нове життя [62].

Відомим на всю Україну та за її межами є проєкт «Veterano Pizza» – мережа кав'ярень і піцерій, де працюють ветерани АТО. Цікавою є історія створення закладу, адже військові, що повернулися із зони бойових дій, зіткнулися з нерозумінням та острахом суспільства, яке ще не бачило війни. Тож більшість із них просто не могли влаштуватися на роботу, щоб утримувати себе і свої родини, що ще більше пригнічувало їх стан. Виникла нагальна проблема в суспільстві і, як відповідь на неї, – новітнє СП, яке її і вирішило, а саме мережа закладів, де працюватимуть ветерани АТО [71].

Слід також відзначити й інший аспект у роботі цього соціального підприємства, а саме залучення психологів, адже навіть влаштувавшись на роботу, багато працівників не могли побороти депресію й тривогу, яку «привезли» із собою з війни.

СП «Veterano Pizza» віднайшло абсолютно новий підхід, що відповідав вимогам складного завдання: психологи працювали на кухні, разом з іншими працівниками, ведучи з ними м'які й невимушені розмови.

Це є прикладом того, як бізнес водночас турбується про людей і заробляє гроші, покращуючи власні справи. Адже завдяки отриманій психологічній допомозі працівники змогли виконувати свої обов'язки краще, чого їм не вдалося б досягти у пригніченому стані.

Проте варто відзначити, що «Veterano Pizza», «Veterano Coffee», «Veterano Brownie» відмовились від словосполучень «соціальний бізнес» через низку стереотипів, укорінених у суспільстві. Тобто те, що бізнес допомагає людям, які цього потребують, вбачається недоліком для громадської думки. Чомусь у світогляді певної частини українців «соціальний» сприймається як «меншовартісний» [71].

Ми впевнені, що з цим варто працювати, адже це шкодить розвитку соціального бізнесу, а отже, і всім тим незахищеним верствам населення, яким СП надають допомогу. З подібними згубними стереотипами можна боротися шляхом інформаційних кампаній, спрямованих на роз'яснення особливостей і переваг соціального бізнесу.

Так само відмовилось від назви «соціальна пекарня» одне з найвідоміших в Україні соціальних підприємств «Горіховий дім», засноване ще в 2017 р. Львівська пекарня спрямовує 40 % прибутків на проєкти власного Центру інтегральної опіки для жінок, які опинилися в кризових ситуаціях.

Деякі соціальні підприємства іноді охоплюють одразу декілька напрямів соціальної діяльності. Так, наприклад, функціонує лабораторія ресайклу «Re:laboratory», відома як Львівська свічкова мануфактура. Це підприємство приймає на роботу молодь із ментальною інвалідністю. Звісно це дуже важливо, адже для людей, які мають ментальні вади здоров'я працевлаштуватися в Україні майже неможливо. У свічковій майстерні працівники створюють особливі парфумовані свічки з додаванням ефірних олій. Крім того, у роботі вони використовують перероблені скляні пляшки як підставки. Отже, майстерня працює одразу за двома соціально важливими напрямами – екологічним, турбуючись про довкілля і даючи «друге життя» використаному склу, та соціальним, працевлаштовуючи людей з інвалідністю і забезпечуючи їм шанс на

повноцінне життя в суспільстві. А ще майстерня виконує, як і більшість соціальних підприємств, просвітницьку функцію, демонструючи, що особливі люди живуть з-поміж нас і так само, як і всі, потребують роботи, друзів, соціального життя.

Такі приклади, на нашу думку, долають усталені бар'єри в суспільстві і допомагають громадянам краще розуміти одне одного, не бути байдужими. Подібний напрям діяльності обрало для себе СП «Конспект», що опікується людьми із вадами зору, створюючи для них робочі місця. Працівники займаються розшифровуванням аудіофайлів, іноземними перекладами, а також копірайтингом та рерайтингом. Жінки з інвалідністю по зору є предметом опіки іншого відомого українського соціального підприємства «Очі Тари», де їх навчають професії масажиста. Це надзвичайно важливо, адже масажист – це одна з небагатьох професій, що доступна незрячим людям повною мірою. Музей у темряві «Третя після опівночі» проводить різноманітні заходи (екскурсії, концерти, лекції та заняття у повній темряві) для того, щоб привернути увагу суспільства до проблем незрячих людей, надаючи їм можливість відчути себе на декілька годин сліпими та зрозуміти, як різниться їх звичний світ від опівнічного. Екскурсоводами і працівниками музею влаштовуються люди із зоровими вадами. Львівська Майстерня «WoodLuck» виготовляє різноманітні вироби із металів та дерева, а особливість її полягає в тому, що до роботи залучають людей, які страждали на алкогольну або наркотичну залежність, але пройшли лікування та реабілітацію, а тепер намагаються повернутися до нормального життя.

В Україні до профільних медичних закладів, що спеціалізуються на лікуванні згубних залежностей, щороку звертається близько 700 000 осіб. А близько 50 000 людей помирає щороку, так і не встигнувши звернутися за допомогою. Цим людям, навіть якщо їх лікування завершилося успішно, дуже важко віднайти себе у новому, здоровому житті, адже діагноз стоїть тавром на їх біографії. Вони змушені приховувати правду про себе, а якщо вона стає відома працедавцю, то ці люди часто знову опиняються на вулиці. Але у

майстерні WoodLuck такі люди здобувають другий шанс, виготовляючи лофтові меблі. Справа успішно функціонує й розвивається та є прикладом для інших [37].

Львівське СП «Green Bean Bag», або ж «Зелена Коробка» виготовляє на продаж крісла-мішки з переробленого пінопласту, адже це дає змогу зменшити кількість відходів на міських звалищах, а також зняти навантаження із міських сортувальних станцій. Крім того, підприємство популяризує екологічне ставлення до навколишнього середовища, закликаючи відповідально ставитися до переробки сміття. Проблемами екології займаються також такі успішні українські соціальні підприємства, як «Zelenew» – лабораторія ресайклінгу та «Україна без сміття». Агенція кадрових рішень «Адвокація» опікується правами людей, що мають інвалідність, намагаючись змінити суспільну думку щодо цієї проблеми. Працівники агенції не лише виступають посередниками у відносинах «працівник – організація», але й працюють над тим, щоб створити модель трудових взаємовідносин, у якій особи з інвалідністю будуть рівними та захищеними.

Незважаючи на всі труднощі, СП в Україні продовжує свій розвиток. На сьогодні ключове значення в цьому розвитку мають соціальні інновації. Інновації в СП вважаються головним засобом покращення якості життя суспільства. Соціальний підприємець ставить перед собою завдання вирішення численних проблем у суспільстві, при цьому отримання прибутку не є основним критерієм успіху. Це розрізняє інновації у соціальному підприємництві від бізнесових інновацій. Інновації створюються на основі наявних ресурсів підприємця та залучених коштів шляхом фандрайзингу. Прикладом успішного використання інновацій у соціальному підприємництві може бути Товариство з обмеженою відповідальністю «Ноувейст Україна».

Першими в Україні були створені мобільні пункти збору вторинної сировини, які обслуговують підприємства у місті Києві та місцевих мешканців. Місія цього підприємства полягає у впровадженні системних змін для збереження чистого довкілля. Для досягнення цієї мети активно

популяризується збір сміття для подальшої переробки, а також проводяться навчальні заходи для всіх бажаючих навчитися сортувати сміття.

У рамках проєкту здійснюється продаж контейнерів для сортування пластику, металу, скла та паперу. Зароблені кошти від продажу контейнерів та вторинної сировини використовують для покриття адміністративних витрат, таких як оренда, паливо, зарплати тощо. Решту коштів спрямовують на підтримку освітніх та соціальних проєктів, таких як інтерактивні лекції в школах та дитсадках, підтримка ініціативних груп ОСББ, проведення екологічного аудиту, а також реалізація проєкту «Кришка Project», який передбачає перероблення пластику на корисні навчальні посібники для уроків з природознавства та дослідження світу.

Іншим успішним прикладом є Львівська недержавна організація «Дерево життя», яка співпрацює з людьми з вадами слуху. Разом з комерційною компанією вони розпочали виробництво аудіокниг високої якості, які користуються великим попитом серед споживачів. Це призвело до виникнення нового сегмента на ринку. За допомогою прибутку від продажів «Дерево життя» вже фінансувало видання трьох нових книг. Крім того, організація безкоштовно передає аудіофайли та книги до всіх бібліотек для глухих осіб у Львівській області.

Однією із ключових характеристик соціального підприємництва є можливість масштабування діяльності таких підприємств на інші міста та села. З 2014 р. в м. Харків розпочала працювати благодійна крамниця «Шафа добра». Крамниця приймає вживані та нові речі безоплатно від населення (одяг, взуття, прикраси, сумки, книги тощо). Отримані речі сортують за сезонністтю, розмірами та запитами від благодійних і громадських організацій; 80–90 % від усіх речей розподіляють між соціальними організаціями, решту продають у магазинах за демократичними цінами. Отримані кошти спрямовують на фінансову підтримку благодійних програм БФ «Харківський центр допомоги вагітним». Слід зазначити, що на сьогодні

подібні соціальні ініціативи існують майже в кожному містіУкраїни, тобто позитивний досвід успішно масштабується.

Дуже цікавими є дослідження про те, як саме соціальні підприємці України оцінюють результати власної діяльності і що саме вважають успіхом. Згідно з нещодавними дослідженнями [60], соціальні підприємці визначають свою продуктивність, спираючись на такі показники:

1. Кількість працевлаштованих осіб. У середньому в Україні щороку працевлаштовуються близько 250 осіб на одне профільне СП. Якщо рахувати усі СП, що займаються працевлаштуванням, то це 87 500 осіб на рік, які змогли отримати роботу завдяки соціально відповідальному бізнесу [60] За деякими підрахунками, це становить 21 % усіх працевлаштованих осіб в Україні щорічно, тобто соціальні підприємства охоплюють майже чверть громадян, які потребують роботи.

2. Кількість споживачів/клієнтів/покупців. Згідно з цим дослідженням, соціальні підприємства консультують, надають інформацію або юридичні послуги за середніми підрахунками 80 особам на місяць. За рік одне СП може консультувати та надавати допомогу близко 960 особам. Найчастіше це люди, які мають інвалідність, безхатченки, внутрішньо переміщені особи й інші громадяни, що опинилися у складних життєвих ситуаціях і потребують захисту, піклування та допомоги.

3. Проведені опитування серед клієнтів, схвальні відгуки.

4. Кількість наданих послуг за певний період.

5. Престиж та впізнаваність, репутація підприємства та його послуг/продукції.

6. «Одержаний прибуток. Близько 36 % зареєстрованих в Україні соціальних підприємств спрямовують свої доходи на важливі соціальні цілі. Щоб зрозуміти масштаб значущості українських СП, можна порівняти їх внесок із єдиною програмою соціального інвестування, що діє в Україні. WINISEF в середньому інвестує 5717 тис. грн на рік у розвиток українських проєктів. А соціальні підприємці приносять суспільству на 60 % більше!» [60].

7. Моніторинг та оцінювання проєкту з боку сторонніх компетентних осіб.

8. Велика кількість проведених заходів.

9. Успіхи клієнтів/користувачів послуг.

10. Зворотні відгуки та ставлення працівників соціального підприємства.

11. Ті зміни, що ініціюються в суспільстві в результаті роботи СП.

12. Публікації в пресі про роботу СП.

13. Нагороди, відзнаки, почесні звання.

14. Індекс привабливості міст для іноземних громадян.

15. Соціальне відображення.

Відтак можна спостерігати динамічний розвиток соціального підприємництва в Україні і велику кількість успішних кейсів, здатних служити прикладами і мотивувати інших, які лише замислюються про те, щоб стати на шлях поєднання бізнесу й соціальної місії. Проте існують певні проблеми і труднощі на шляху до реалізації таких планів, які пов'язані не лише зі здійсненням самої підприємницької діяльності, але й і з самим початком – процесом створення соціального підприємства. За даними опитувань [155], більшість соціальних підприємців стверджують, що зіткнулись з труднощами на етапі заснування справи: було досить важко – 35 %; довелось докласти зусиль – 33 %; дуже важко – 13 %; не знаю/важко відповісти – 3 %. Тож варто з'ясувати, які саме перепони стоять на шляху молодих соціальних підприємців. Серед найпоширеніших більшість респондентів називають такі труднощі:

1. Недостатня кількість фінансових ресурсів для початку нової справи, відсутність стартового капіталу, не розуміння, де його можна знайти.

2. Конкуренція, що виникає між соціальним підприємством і комерційними аналогами.

3. Недовіра з боку суспільства, соціальні стереотипи. Тут виникає багато міфів, які необхідно розвінчувати і пояснювати громадянам, як усе є

насправді. Українці сприймають саме поняття «соціальний бізнес» так само, як «соціальний хліб», тобто щось здешевлене, меншовартісне та не варте пильної уваги. Тобто товари чи послуги, які надає соціальний бізнес, є апріорі гіршими, ніж у комерційного. Крім того, суспільство іноді переконане, що неможливо поєднувати бізнес із доброчинністю, тож соціальне підприємництво – це витратна і невигідна справа. Ці міфи легко розвінчати, ознайомившись із сучасними успішними кейсами українських соціальних підприємців, але іноді для зміни укорінених стереотипів необхідне проведення інформаційної роботи з боку держави.

4. Недосвідченість або нестача знань і навичок в управлінні та основах ведення бізнесу.

5. Невисокий рівень заробітної плати у співробітників.

6. Обмежений ринок, що не завжди готовий сприймати інновації.

7. Труднощі, що виникають на етапі рекрутингу й навчання працівників.

8. Невмотивованість працівників.

9. Бюрократичні труднощі та ін. [60].

Фактори, які стримують виникнення та розвиток соціальних підприємств, наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Стримувальні фактори виникнення та розвитку соціальних підприємств [142 с. 55]

Зовнішні стримувальні фактори розвитку соціального підприємництва			
Нормативно-правові	Соціальні	Економічні	Такі, що мають регулятивний характер
недосконаліть законодавчої бази	нерозуміння суспільством сутності і значення СП	недостатня фінансова підтримка з боку держави	бюрократія
невизначеність організаційно-правових форм	незрозумілість наслідків приватизації суспільно-соціальних послуг	недостатність підтримки від традиційного бізнесу	корупція

Продовження табл. 2.1

складний процес реєстрації		відсутні податкові пільги	відсутність працюючих механізмів підтримки
		невигідна система кредитування малого і середнього бізнесу	

СП та його розвиток є важливим і для держави, і для громадян, і для бізнесу, адже саме таке утворення здатне захищати й допомагати певним верствам населення, вирішувати важливі суспільні проблеми, приносити прибуток своїм власникам і певною мірою знімати навантаження з держави, надаючи адресну допомогу. Основними джерелами фінансування створення соціальних підприємств є особисті кошти підприємця, допомога від родини, друзів, приватних інвесторів, благодійні та некомерційні громадські організації, міжнародні організації, банки та кредитні спілки. Проте в Україні доступний лише обмежений набір інструментів фінансування для їх створення. На сьогодні в Україні фактично використовують лише обмежену кількість фінансових інструментів, які є загальновідомими в міжнародній практиці. Найбільш поширеними є гранти від міжнародних фондів та організацій. Процедура отримання гранту, як правило, включає проходження конкурсу.

Типовими способами фінансування для початкових етапів соціального підприємництва, як свідчить зарубіжна практика, є такі фінансові інструменти:

- краудфандинг: публічний заклик через Інтернет для збирання фінансових ресурсів, які можуть бути грошовими пожертвами або в обмін на продукцію, послугу чи компенсацію в майбутньому;
- облігації соціального впливу (Social Impact Bonds);

- спрямований на залучення коштів від благодійних організацій та спонсорів підхід до соціальних програм для фінансування профілактичних соціальних програм;

- інвестування з вимірюваними соціальними результатами, спрямоване на отримання прибутку бізнесом при здійсненні внеску у розв'язання соціальних проблем незахищених верств населення;

- мікрофінансування: мікрокредитування – один із аспектів мікрофінансування, яке передбачає надання невеликої суми у борг банком або іншою організацією. Головна мета мікрофінансування схожа з ідеєю соціального підприємництва та спрямована на подолання бідності, забезпечення економічної стійкості соціально незахищених верств населення та підтримку їхньої інтеграції на ринок праці через розвиток малих підприємств.

Для того щоб допомогти соціальному підприємництву розвиватися як напряму, поширюватися й масштабуватися, на нашу думку, необхідні певні зміни. Отже, соціальному підприємництву сприятиме:

1. Створення ефективного бізнес-середовища.
2. Поширення інформації та створення інформаційних баз, які містять дані щодо актуальних норм і положень українського законодавства, що стосуються питань соціального підприємництва.
3. Заохочення підприємницьких ініціатив.
4. Зміцнення соціальної відповідальності.
5. Заохочення чесної конкуренції в економіці.
6. Зацікавленість влади на місцях у соціальних проєктах, їх підтримка.
7. Взаємовигідна співпраця між місцевою владою та соціальними підприємствами.
8. Державне стимулювання.
9. Надання консалтингових послуг та впровадження навчання соціальному підприємництву.

10. Розширення, масштабування та створення мереж серед соціальних підприємств.

Такі дії, спрямовані на розвиток соціального підприємництва, сприятимуть зростанню економіки, захисту екології та будуть виконувати соціальну місію шляхом надання своєчасних і якісних соціальних благ, завдяки поєднанню бізнесових та соціальних підходів.

Для самих соціальних підприємців також можна знайти декілька універсальних рецептів, які можуть допомогти в розвитку справи.

По-перше, варто шукати нові можливості й залучати зовнішню допомогу, наприклад, можна спробувати отримати грантову допомогу, оскільки саме для розвитку соціального захисту легко отримати фінансову або менторську підтримку.

По-друге, варто створювати нові продукти, які відповідають сучасним викликам сучасного світу.

По-третє, активно диджиталізуватися. Сьогодні все більше послуг можна отримати онлайн, на це є попит, який щороку зростає. Часи коронавірусної епідемії ще більше закріпили цю тенденцію, тому підприємцям варто шукати шляхи, як диджиталізувати свої послуги.

По-четверте, шукати підтримку громадськості, активно популяризувати власні ідеї, доносити свої цінності якомога ширшому колу людей.

По-п'яте, навчатися бізнесовій справі, управлінню, постійно розвиватися і покращувати власні знання, що служать на користь справи.

На сьогодні соціальні підприємці не відчувають підтримки від держави і не бачать високої зацікавленості своєю діяльністю від суспільства.

Соціальні підприємства отримують найбільшу допомогу від неурядових некомерційних громадських організацій, які розуміють важливість соціальної місії таких підприємств та допомагають їх залученню до соціальних проєктів, організовують безкоштовне навчання і консультації. Комерційний бізнес мало зацікавлений у підтримці соціальних підприємств. Що стосується органів

місцевого самоврядування, то вже спостерігаються певні кроки підтримки для соціальних підприємців. Така допомога зазвичай ґрунтується на:

- відшкодуванні відсоткових ставок за кредитами, які брали на організацію чи розширення соціальних підприємств;
- забезпеченні соціальних підприємств ваучерами на повернення половини оплати за участь у виставках;
- організації роботи центрів, що займаються підтримкою підприємців-початківців, допомагають консультаціями з юридичних та інших питань;
- створенні соціальних замовлень та публічних закупівель;
- можливості здавати в оренду приміщення соціальних підприємств за пільговими ставками.

Цікаво, що Львівська область є лідером з-поміж місцевих влад, які підтримують СП. Закономірно, що саме тут зареєстрована найбільша кількість соціальних підприємств, – 10%. У Вінницькій міській раді існує Програма розвитку соціального підприємництва на період 2020–2022 років [54]. Хоча соціальні підприємства зареєстровані у різних містах усіх областей України, варто відзначити лідерів за їх кількістю: м. Київ – 20 %, Полтавська область – 6 %, Донецька область – 6 %, Запорізька область – 5 %, Харківська область – 4 %.

Незважаючи на впроваджені програми та заходи, спрямовані на підтримку соціальних підприємців, скористатися пільгами або отримати послугу від соціальних підприємств може бути важко через бюрократичні перепони та нечіткість механізмів, які регулюють бюджетування. Наприклад, «при виконанні соціального замовлення та публічних закупівель існують обмеження на проведення авансових платежів за бюджетні кошти (Постанова Кабінету Міністрів України №1070). На державному рівні підтримка соціального бізнесу також здійснюється в рамках підтримки малого та середнього бізнесу. На сьогодні в Україні існують програми банківського

кредитування, програми бюджетного кредитування і підтримки, а також донорські програми допомоги суб'єктам малого та середнього бізнесу» [62].

У розвитку та поширенні соціального підприємництва більшість соціальних підприємств вбачає основне партнерство у співпраці з традиційним бізнесом (37 %), дещо менше – сподіваються на підтримку неурядового сектора (34 % опитаних). Лише 17 % вважають головними партнерами органи центральної влади, а ще менше (6 %) розраховують на співпрацю з місцевими органами самоврядування, а також донорами [60]. Проте соціальні підприємства активно розвиваються. І цей процес відбувається двома шляхами: через самоорганізацію економічної діяльності груп населення, які перебувають у складних життєвих умовах, та шляхом створення дозволеної підприємницької діяльності на базі неурядових некомерційних громадських організацій.

Останній шляї є найбільш поширеним. Саме некомерційні громадські організації надають найбільшу підтримку соціальному бізнесу, залучаючи до соціальних проєктів, проводячи навчання, інформування та консультування з усіх питань ведення бізнесу, створюючи бізнес-інкубатори, хакатони, а також адмініструючи мікрогранти на стартапи тощо. Проте якщо у сфері досягнень високих соціальних показників СП динамічно розвивається, то розвиток в економічній сфері поки що повільний. Цей вплив відбувається як з обєктивних причин (інфляція, негативна кон'юнктура ринку, зростання цін, несприятлива економічна ситуація, нерозвинутий ринок фінансових послуг тощо), так і суб'єктивних факторів (низький рівень економічної підготовки соціальних підприємців, необхідність конкурувати з традиційним бізнесом тощо). Незважаючи на очевидні можливості і перспективи для соціального підприємництва в Україні, існує багато перешкод, серед яких перше місце посідає низька інформованість українського суспільства щодо цього питання.

Крім того, соціальні підприємці часто бачать кінцевою метою отримання гранту, а не майбутній успіх підприємства, тоді як активісти та представники неурядових організацій, які працюють заради суспільного блага, найчастіше

не мають навичок ведення бізнесу, тому розпочаті ними справи рідко коли мають подальшу успішну історію розвитку. Тренінги з розвитку соціального підприємництва часто мають формальний характер і не дають користі для своїх учасників. З-поміж українських підприємців експерти відзначають тенденцію до страху перед будь-яким ризиком, нездатність залучати значні фінансові ресурси, низький рівень державної підтримки. Поширеним є стереотип, що соціальна політика – це право виключно держави, оскільки громадянське суспільство довгий час було інертним, нездатним брати на себе відповідальність. Проте ця тенденція хоча й поступово, але змінюється, українці все більше відчувають себе здатними впливати на прийняття рішенн з боку держави, брати на себе відповідальність та піклуватися про оточуючих. Цьому посприяли, зокрема, й воєнні часи, які послужили каталізатором для становлення гідного та відповідального суспільства в Україні, оскільки особливістю національного менталітету є саме об'єднання в найскладніші періоди історії.

Характерною проблемою є тривала недовіра українців до бізнесу та елементарне нерозуміння особливостей нового виду підприємництва. Після законодавчого закріплення соціального підприємництва у країні з'явиться додатковий механізм для вирішення соціальних проблем. Україна, згідно з Конституцією, є соціальною державою і має дуже великі соціальні зобов'язання щодо підтримки соціально незахищених верств населення. На сьогодні навантаження є дуже великим. І це стосується не тільки України, але і є світовою тенденцією.

Отже, СП – це відповідь суспільства на соціальні виклики. СП є дійсно потужним партнером для держави, який здатний розв'язати такі проблеми, як безробіття, недостатність соціальних виплат, труднощі для вразливих категорій населення у пошуку себе на ринку праці. Все це можливе лише у плідній співпраці держави і суспільства. Держава, у свою чергу, має зрозуміти, що в соціальному бізнесі працюють ідейні та дуже зацікавлені у вирішенні соціальних питань люди, які потребують підтримки. Можна впевнено

стверджувати, що СП має реальні перспективи в Україні. Це певний тренд у становленні сучасної економіки розвинутих країн світу. СП сприятиме активізації суспільства й розвитку громадянської свідомості, об'єднуватиме громаду задля вирішення нагальних соціальних проблем та сприятиме зростанню добробуту населення.

2.2. Зарубіжний досвід інституціоналізації та розвитку соціального підприємництва у взаємодії держави і суспільства

Основою для розвитку СП в Європі була активізація із середини XIX ст. кооперативного руху. Відрізняючись від бізнес- і некомерційних організацій, такі кооперативи були засновані здебільшого фізичними особами, що мали на меті задоволення їх особистих економічних, соціальних та психологічних потреб на принципах самоврядування. На початку XX ст. кооперативи стали відігравати надзвичайно важливу роль у розв'язанні соціальних проблем європейських держав.

У скандинавських державах, що мали досить високий рівень соціального захисту населення, неприбуткові організації не були залучені до вирішення проблем безробіття, а переважно здійснювали свою роботу у галузі відпочинку та культури. При чому для країн Скандинавії характерний розвинутий кооперативний рух (поширені робочі та сільськогосподарські кооперативи).

Досить низький рівень державних видатків на соціальні послуги у Великобританії компенсувався за рахунок активної діяльності некомерційного сектора, фінансування якого здійснювалося за рахунок бізнес-організацій. Великобританія на початку 1980-х рр. почала широко впроваджувати квазімодель соціального забезпечення. Її особливість полягала в тому, що уряд держави залишав за собою функції фінансування та регулювання соціальних послуг, натомість їх надання на конкурсній основі мали право реалізовувати і державні неприбуткові організації, а також бізнес-організації.

У бюджеті деяких південних країн Європи (Іспанія, Італія, Португалія) питома вага соціальних витрат є дещо меншою порівняно з іншими європейськими країнами. Це пояснюється малою кількістю неприбуткових організацій у цих країнах. При чому «для них історично характерні вагомі кооперативні традиції, що й стало підґрунтям для поширення соціальних підприємств та визначення їх юридичного статусу» [189]. Уже на початку 90-х рр. в Італії, Португалії та Греції з'явилися перші соціальні підприємства, для яких були ухвалені закони, спрямовані на надання підтримки підприємствам, створеним у формі кооперативу. Цікаво, що перший нормативно-правовий акт, а саме «Закон про соціальні кооперативи», що регулював діяльність соціальних підприємств, був прийнятий в Італії ще 1991 р. [196]. В американському контексті, Social Enterprise Alliance (USA) розуміє соціальне підприємництво як діяльність неприбуткової організації, яка використовує актуальні бізнес-стратегії або створює підприємство для отримання прибутку з метою підтримки соціальної місії [250].

У більшості країн Північної та Південної Америки під соціальним підприємництвом розуміють функціонування некомерційних організацій, що мають основною метою вирішення нагальних соціальних проблем. Наприклад, безприбуткові корпорації в США, джерелом фінансування яких є донори, держава та населення.

У країнах Європи соціальне підприємництво розуміється як бізнес, що має виражену соціальну місію. Британці ж розглядають СП як діяльність різноманітних організацій (таких як комунальні підприємства, кредитні спілки, товариства), у яких власниками виступають робітники, які в них працюють, кооперативи, фонди розвитку, соціальні компанії, житлові кооперативи, а також благодійні організації.

Відома організація «Social Enterprise London» (SEL, UK) виділяє деякі такі ознаки СП:

- курс на ринкові умови та здатність функціонувати в них;
- існування соціальної орієнтації та етичних принципів роботи;

- автономність, при якій дохід спрямовується на потреби соціальних груп (це можуть бути потреби власників або громади).

У більшості розвинутих країн світу СП визнають важливою і корисною справою. Проте кожен національний уряд має свій підхід до питання, який суттєво відрізняється від інших. Ще в 2013 р. Європейською комісією було проведено аналіз нормативно-правових баз різних країн, які регламентують діяльність соціальних підприємств – Mapping Study.

У результаті проведеної роботи спільного визначення соціальному підприємництву надано так і не було, проте «окреслили його основні характеристики в різних вимірах:

- підприємницький вимір – участь у безперервній економічній діяльності;
- соціальний вимір – наявність виразної суспільно корисної соціальної мети діяльності;
- управлінський вимір – незалежність від держави, наявність механізмів управління, що забезпечують пріоритетність соціальної мети та врахування інтересів різних зацікавлених сторін» [211].

Дослідження виявило, що СП можуть мати різноманітні форми організації та правові статуси:

- адаптовані сучасні правові форми, такі як асоціації, фонди, кооперативи, компанії;
- правові форми, призначені виключно для соціальних підприємств;
- «правові статуси соціальних підприємств, які можуть бути отримані компаніями з різними організаційно-правовими формами в разі відповідності їх сукупності критеріїв» [211].

У більшості країн СП не мають окремої форми організації та для роботи використовують такі юридичні форми, що й традиційні підприємства. Лише шістнадцять європейських країн мають юридичні документи, які регулюють соціальні підприємства на законодавчому рівні. Проте в законодавстві лише чотири з них є правовою формою, створеною саме для соціального

підприємництва; це так звана форма соціального підприємства (Social Enterprise Form).

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» [149].

Соціальні кооперативи колективної власності (Société Coopérative D'Intérêt Collectif SCIC) є формою соціального підприємства-кооперативу у Франції. SCIC передбачає і комерційні, і соціальні цілі (caractere d'utilite sociale), спрямовані на користь громади. Економічна діяльність має бути тісно пов'язана з досягненням соціальних цілей [143]. Соціальна мета і корисність (Utilite Sociale) орієнтовані насамперед на допомогу незахищеним групам людей чи на діяльність, що спрямована на подолання дискримінації та нерівності в суспільстві. Необхідною частиною такого підприємства має бути демократичне управління, що гарантує дотримання основоположного принципу «один учасник кооперативу – один голос», а також публічне оприлюднення звітних матеріалів про екологічний та соціальний вплив діяльності [149]. Усі інші ознаки можуть різнитися.

Розглянемо організацію італійських СП. Італійські соціальні кооперативи – це модель кооперативної правової форми, при якій основним завданням має бути досягнення визначеної соціальної мети, на відміну від традиційної зацікавленості учасників кооперативу в отриманні прибутку [190]. Італійське законодавство характеризує два види соціальних кооперативів:

- перші кооперативи типу «А», що надають соціальні, медичні та освітні послуги (наприклад, догляд за особами, що мають інвалідність, або людьми похилого віку); учасниками цих кооперативів виступають надавачі та одержувачі послуг;

- другі кооперативи типу «В», які орієнтовані на соціальну інтеграцію конкретних вразливих груп населення.

Але в деяких європейських державах обрали інший підхід до нормативно-правового регулювання соціального підприємництва – адаптацію вже існуючих організаційно-правових форм.

Визначення спільних загальних ознак дає змогу класифікувати та об'єднувати в певні типи:

- неприбуткові організації, які керуються демократичними принципами управління і не розподіляють доходи між зацікавленими сторонами, а спрямовують прибуток на досягнення визначеної соціальної мети;

- кооперативи, які зазвичай перебувають у власності та контролі учасників на демократичній основі, ділять прибуток від діяльності між усіма членами кооперативу, при цьому можуть мати певну соціальну мету, зазначену в статуті або інших документах, або надавати послуги громадського значення;

- спільні компанії, які в основному належать акціонерам на пропорційній основі та регулюються ними і можуть здійснювати різноманітні види комерційної діяльності з метою сприяння досягненню визначеної соціальної мети [149].

Під час аналізу нормативно-правового регулювання соціального підприємництва на конкретних прикладах можна виявити безліч цікавих особливостей. Наприклад, у Бельгії компанія соціального призначення (Social Purpose Company – SPC) може набувати будь-якої організаційно-правової форми, але важливо, щоб вона мала альтруїстичну мету, яка є основним мотивом роботи акціонерів, а не збагачення [250]. Така компанія має подавати щорічний звіт із детальним описом своєї діяльності, спрямованої на досягнення обраних соціальних цілей. У Данії СП та соціальні інновації асоціюються переважно з третім сектором й соціальною економікою. Сфери діяльності соціального підприємництва тут поділяють на такі основні групи:

1. Соціальні послуги, що надаються вразливим групам (як-то кризові центри, притулки для жінок у кризових ситуаціях, професійні консультації, наприклад, психологічні).

2. Кооперативи (можуть бути створені в галузях роздрібної торгівлі, фінансування, страхування або фермерства).

3. Організації, що займаються перекваліфікацією та навчанням безробітних.

4. Проєкти місцевого розвитку та урбаністичні проєкти (ті, що спрямовані на розбудову міст і селищ) [209].

Характерною особливістю Данії є те, що соціальні підприємці тут відмінно співпрацюють з органами місцевого самоврядування, їхні проєкти часто становлять важливу частину стратегії розвитку міст, а самі соціальні підприємці беруть активну участь у формуванні місцевої політики. Фінляндія вперше прийняла «Закон про соціальні підприємства» ще в 2003 р. Тут такі підприємства визнаються ринково орієнтованими кооперативами, які призначені для працевлаштування інвалідів та безробітних осіб [76]. Цікавою особливістю фінського законодавства є те, що безробітні мають право створювати кооперативи і брати участь у них без зменшення допомоги з безробіття.

У Франції, згідно із Законом 2014-856, прийнятим 31.07.2014 р., статус компанії солідарної соціальної користі (ESUS) надається лише таким підприємствам та організаціям, які відповідають таким критеріям:

- «головною метою організації має бути задоволення соціальних потреб;
- соціальний компонент роботи організації має переважати; зокрема, протягом останніх трьох фіскальних років принаймні 66 % операційних витрат мають бути пов'язані з діяльністю, що має соціальний характер;
- середній розмір заробітної плати п'яти найбільш оплачуваних працівників або керівників не може перевищувати семикратного розміру

мінімальної заробітної плати, а максимальна заробітна плата в компанії має бути не більшою, ніж десятикратний розмір мінімальної заробітної плати;

- торгівля акціями організації на фондових ринках заборонена (організація не може бути публічним акціонерним товариством)» [250].

Статус соціального підприємства може бути наданий різним фірмам і компаніям. У 2002 р. Великобританія отримала законодавчу підтримку для соціальних підприємств. Закон про соціальні підприємства (2002) визначив, що вони повинні мати переважно соціальні цілі, а здобутий прибуток спрямовується на розвиток своєї справи або суспільства, а не на збільшення доходів власників. Закон передбачає, що половина їхнього доходу обов'язково має бути отримана від продажу товарів і надання послуг. У 2005 р. було прийнято Закон «Про регулювання діяльності компаній соціального інтересу» № 1788 (Community Interest Company). Ці підприємства є некомерційними організаціями і мають працювати для представлення інтересів певної місцевої спільноти. Унікальність досвіду Великобританії полягає в тому, що СП тут розглядається від самого початку як альтернативний шлях, який об'єднує соціальну справедливість та економічний розвиток. СП у Великобританії є важливою складовою політичного дискурсу та чітко регламентується законодавством.

Що стосується форм соціального підприємництва, то тут переважають традиційні кооперативи, соціальні спілки, об'єднання з працевлаштування, організації в галузі охорони здоров'я та соціального захисту, що надають освітні послуги, соціальні бізнеси, які працевлаштовують осіб, які мають обмеження, спричинені інвалідністю, організації житлового господарства.

Що стосується форм соціального підприємництва, то тут переважають традиційні кооперативи, соціальні спілки, об'єднання з працевлаштуванням, організації в галузі охорони здоров'я та соціального захисту, бізнес-спільноти, які надають освітні послуги, соціальні бізнеси, що працевлаштовують осіб з обмеженнями, спричиненими інвалідністю, організації житлового господарства.

Прийнятого закону або нормативного акта щодо регламентації соціального підприємництва в Польщі не було протягом довгого часу. Однак певні кроки до юридичного визначення соціальних підприємств відбулися. Наприклад, у Національній програмі розвитку соціальної економіки, яка була прийнята Радою Міністрів у 2014 р., соціальними підприємствами вважаються підприємства різних організаційно-правових форм, що відповідають таким критеріям:

- займаються ринковою діяльністю;
- мають не менше ніж 30 % працівників, які є соціально незахищеними особами;
- засновані на демократичному управлінні, мають певні обмеження в розподілі доходів;
- передбачають регламентовані обмеження щодо різниці в розмірах заробітної плати.

Поняття соціального підприємництва було визначено в «Законі про соціальні підприємства та підтримку соціального господарства», який був розроблений Міністерством сім'ї, праці та соціальної політики в 2017 р. [183].

У Словаччині перше визначення соціального підприємництва з'явилося в законодавчій базі ще в 2008 р. разом з поправками до Закону про службу зайнятості 5/2004. Згідно з цим законом, що діяв у період з 2008 до 2015 рр., соціальним підприємством визначали юридичну особу або фізичну особу – підприємця, яка відповідала таким критеріям:

1. Щонайменше 30 % працівників становлять люди із соціально незахищених груп населення, а саме:
   - молодь, а саме випускники вищих навчальних закладів віком до 26 років, які не мають досвіду роботи;
   - громадяни Словаччини віком від 50 років;
   - громадяни Словаччини, що довгий період зареєстровані у реєстрі безробітних (більше ніж один рік);
   - люди, що мають освіту нижче за середню;

- іноземці, що отримали притулок;
- дорослі, які утримують особу чи осіб або ті, що піклуються про мінімум одну дитину, яка ще здобуває освіту;
- громадяни, що мають обмежені можливості.

2. «Реінвестувала щонайменше третину чистого прибутку, отриманого за рахунок діяльності, у створення нових робочих місць або поліпшення умов праці.

3. Були занесені до єдиного реєстру соціальних підприємств» [230].

У 2018 р. було прийнято «Закон про соціальну економіку та соціальне підприємництво» [230], відповідно до якого, соціальні підприємства можуть використовувати різні правові форми, з-поміж яких ТОВ, громадські об'єднання, громадські організації і кооперативи, та мають відповідати таким «критеріям:

- вести свою діяльність систематично, автономно та на особисту відповідальність;
- основною метою має бути досягнення конкретного позитивного соціального впливу;
- досягнення позитивного соціального впливу відбувається через товари або послуги, які виробляє, постачає, надає чи поширює підприємство;
- більше ніж половина чистого прибутку витрачається на досягнення основної суспільно корисної мети;
- частина прибутку розподіляється відповідно до процедур та правил, які не порушують основної суспільно корисної мети;
- зацікавлені сторони об'єднуються для управління економічною діяльністю підприємства» [230].

Соціальні підприємства, що відповідають усім цим переліченим законодавчим вимогам, можуть претендувати на статус «зареєстрованого соціального підприємства», який є основою для доступу до багатьох можливих заходів підтримки від держави (йдеться про фінансові та компенсаторні механізми). «Закон про соціальну економіку та соціальне підприємництво»,

прийнятий у 2018 р., дозволяє суттєві податкові та фінансові переваги соціальному підприємництву, з-поміж яких:

- можливість зниження ставки ПДВ до 10 % для товарів і послуг, які надаються зареєстрованими соціальними підприємствами, що спрямовують увесь свій прибуток після сплати податків для досягнення своєї головної соціальної мети;
- «інвестиційна допомога і компенсаційна допомога суб'єктам соціального підприємництва, як-то можливість подати заявку на безповоротну допомогу, якщо хоча б 20 % від загального бюджету інвестиційного плану компанії фінансується за рахунок позики» [230].

Закон Румунії про соціальну економіку, прийнятий у 2015 р. [181], також визначає критерії, яким мають відповідати різноманітні типи організацій (з-поміж яких кооперативи, традиційні та кредитні, асоціації та фонди, асоціації взаємодопомоги, сільськогосподарські компанії та їхні асоціації й федерації, а також товариства з обмеженою відповідальністю чи акціонерні товариства), щоб кваліфікуватись як соціальні підприємства:

- «приватна юридична особа, що не залежить від публічної влади;
- головними вважає соціальні та індивідуальні цілі, а не примноження доходу;
- солідарність та колективна відповідальність;
- інтерес членів, симбіоз суспільного інтересу та інтересу громади;
- демократичне управління;
- добровільне об'єднання;
- виділення більшої частки свого прибутку на підтримку соціальної мети та статутного резерву (90 % прибутку має бути виділено на конкретну соціальну мету; при цьому лише 10 % дозволяється перерозподілити між членами);
- у випадку, коли підприємство припиняє свою роботу, його активи мають бути скеровані до інших, схожих соціальних підприємств;

- обов'язкове застосування принципу соціальної справедливості щодо працівників, при якому забезпечується гідний рівень заробітної плати; співвідношення між найнижчою заробітною платою та найвищою не може перевищувати співвідношення від 1 до 8» [132].

Останнім часом у Литві спостерігався стрімкий розвиток соціального підприємництва за двома напрямами – соціальні підприємства трудової інтеграції (СПТІ) та всі інші типи соціальних підприємств. Регулювання СПТІ на законодавчому рівні було запроваджено ще в 2004 р., що надавало підприємствам спеціальний правовий статус, постійну систему фінансової допомоги, звільнення від податків та інші переваги. Протягом кількох років кількість СПТІ та робочих місць, які фінансує держава, стрімко зростала, що зрештою створило значне фінансове навантаження на державу [239].

У 2004 р. Литва стала однією з перших нових країн – членів ЄС, яка прийняла «Закон про соціальні підприємства»« (де мали на увазі саме СПТІ). Ще за часів радянської влади тут існували заводи і фабрики, де працювали люди з обмеженими можливостями, і «Закон про соціальні підприємства» закріпив правову основу для збереження цих робочих місць для людей з інвалідністю. Основний прорив у русі соціальних підприємств Литви стався в 2014 р. на першому саміті з питань соціальних підприємств, що створив передумови для концепції соціального бізнесу. Уже в 2015 р. за ініціативою Європейської комісії з питань соціального бізнесу Міністерство економіки прийняло «Концепцію щодо соціального підприємництва» та «Керівні принципи для проєктів соціальних підприємств». Концепція проголошує нове визначення соціального підприємства, тоді як Керівні принципи пояснюють та деталізують моделі і критерії функціонування СП [45].

У 2019 р. в парламенті розпочалися слухання щодо проєкту спеціального Закону про соціальне підприємництво.

У Литві соціальним підприємствам дозволяється бути як комерційними, так і некомерційними юридичними особами. Це можуть бути:

- «соціальні підприємства трудової інтеграції (СПТІ);

- публічні організації, асоціації та фонди, що отримують ринковий дохід і не визнаються СПТІ» [200].

Соціальні підприємства трудової інтеграції (СПТІ) регулюються згідно із Законом про соціальні підприємства, прийнятим у 2004 р. Цей Закон розрізняє СПТІ на два види:

1. «Соціальні підприємства, де щонайменше 40 % працівників належать до однієї з різних груп, на які спрямовано місію трудової інтеграції підприємства.

2. Соціальні підприємства для людей з обмеженими можливостями, де не менше ніж половина працівників належить до цієї цільової групи.

Згідно із Законом про податок на прибуток, доходи не вважаються комерційними, якщо вони реінвестуються у фінансування такої діяльності, що здійснюється в інтересах суспільства» [216].

Згідно із Законом про податок на додану вартість, податок на додану вартість не сплачується за доходи, отримані внаслідок надання послуг у суспільних інтересах. Це можуть бути, наприклад:

- послуги охорони здоров'я;
- освіта та навчання;
- культурні послуги;
- послуги з фізичної культури та спорту тощо.

Відповідно до Закону про управління, використання та розпорядження державною і муніципальною власністю, усі види соціальних підприємств можуть отримувати державну та муніципальну власність, тобто приміщення у користування й управління ними безоплатно, як тимчасову оренду. Крім того, соціальні підприємства повністю звільняються від податку на нерухомість» [240].

У Норвегії поява соціального підприємництва передусім була зумовлена активністю приватних осіб, компаній та інвесторів, які мотивувалися розв'язанням питань, пов'язаних зі значним приростом біженців. Проте, починаючи з 2011 р., почали виявлятися інші, включаючи політичні, інтереси

за цим напрямом. Держава вжила низку ключових заходів, включаючи впровадження навчальних курсів та підготовку підручників для соціальних підприємців, які спрямовані на боротьбу з бідністю та соціальною ізоляцією. Пізніше держава надає субсидії соціальним підприємцям та акцентує увагу на великих інвесторах. Також розпочинається формування конкретних критеріїв підтримки соціального підприємництва, зокрема:

1. Соціальний вплив (зосередження на розв'язанні конкретної гострої суспільно-важливої проблеми).

2. Інноваційність (сучасні підходи до розв'язання як застарілих, так і новітніх проблем).

3. Самоокупність і фінансова стійкість (незалежність від зовнішнього фінансування).

4. «Тиражованість (відтворюваність моделі соціального підприємства в інших географічних та соціальних умовах)» [252].

З 2013 р. формулюється чітка політична мета щодо розвитку соціального підприємництва. Уряд оголошує, що держава буде усіляко сприяти доступу соціальних підприємців до різноманітних можливостей та схем фінансування на рівні з іншими підприємцями. При цьому визначаються три пріоритетні напрями, які становлять підвищений інтерес при розгляді політики в соціальному підприємництві:

1. «Державні закупівлі. Державний сектор традиційно займає ключову нішу і часто є єдиним клієнтом для соціальних підприємців. При цьому соціальні підприємці, які тільки починають власну діяльність та вперше виходять на цей ринок, не завжди обізнані належним чином щодо процедури відкритих торгів та участі у процесі прийняття рішень. Часто в процесі проведення публічних торгів недостатньо враховується аспект інноваційності у сфері послуг і поставок.

2. Компетентність. Соціальні підприємці мають чітке бачення наявних проблем та способів їх вирішення, але іноді їм не вистачає компетентності з питань ведення бізнесу.

3. Культура підприємництва. У деяких випадках соціальні підприємці не мають досвіду ведення бізнесу, тож не знають правил і методів управління та інших важливих бізнесових навичок, що є необхідною умовою й запорукою ведення бізнесу, який процвітає» [251].

Враховуючи все це, уряд прагне допомогти в посиленні конкурентоспроможності соціальних підприємців. Запорука успішного розвитку та функціонування соціального підприємництва вбачається у фінансовій і ресурсній підтримці великих бізнесових корпорацій.

Оцінюючи досвід Норвегії, можна зробити висновок, що якісний новий рівень розвитку соціального підприємництва в Україні буде залежати від налагодження міжсекторальної співпраці між такими ключовими партнерами, як:

- органи публічної влади та місцевого самоврядування (організація нормативно-правового забезпечення, основний механізм фінансової підтримки);
- бізнес (менторство, грантова підтримка);
- ЗМІ (популяризація діяльності);
- навчальні заклади (навчальні курси з ведення соціального підприємництва);
- громадські організації (безпосередня робота з населенням з метою пояснення ключових принципів діяльності соціальних підприємств) [248].

Канада має відмінне законодавство щодо роботи благодійних та кооперативних корпорацій, що сприяє розвитку соціальних підприємств на рівні традиційних. Проте підприємства соціального бізнесу відмежовуються від бізнесу соціального призначення. Для соціальних підприємств обов'язковою умовою є створення спеціального органу – Ради соціального підприємства, яка має спостерігати за дотриманням правових основ, що стосуються соціального підприємництва. Фахівці державних служб, а також спеціалісти органів місцевого самоврядування, мають безоплатно та

регулярно проводити зустрічі для надання допомоги і підтримки соціальним підприємствам у їхньому зростанні й розвитку [249].

Законодавство США включає процедури для здійснення різних проєктів, які чітко визначають сферу інтересів у всіх секторах економіки, а також права й обов'язки фінансових та компенсаційних структур. Основними інструментами є торги та процедури, встановлені Державним департаментом. Згідно із законом, для проєктів, що коштують не менше ніж 300 млн дол. США, організовують Консультативний комітет, який розглядає пропозиції та їх відповідність правовим актам. Для оцінювання конкуруючих і небажаних проєктів визначають критерії, які враховують різні фактори, такі як попередній досвід у цій галузі, демонстрація здатності виконати необхідні завдання та ін. [245].

Ірландія прийняла «Закон про загальноприватне партнерство» у 2002 р. Цей закон передбачає делегування державою управлінських повноважень приватним компаніям, які, у свою чергу, передають їх громадським об'єднанням. Відтак існують два рівні партнерства – державно-приватне та суспільно-приватне. Бізнес-структури укладають угоди як з державою, так і з громадськими об'єднаннями. У центрі партнерських відносин перебуває бізнес, який делегує частину своїх повноважень громадськості. Держава не втручається у контроль цих процесів, але відповідальність покладено саме на бізнес. Варто зазначити, що не в усіх країнах законодавство визначає СП як юридичну особу з особливими привілеями. Отже, в умовах суспільних змін ефективне вирішення соціально-економічних проблем, що стоять перед державою, неможливе без розвитку соціального підприємництва. Формування та розвиток соціального підприємництва в Україні є однією з умов переходу до нової інноваційної моделі економічного зростання. Проте відсутність юридичного визнання соціального підприємництва в країні ускладнює його створення та підтримку як з боку урядовців і фахівців, так і за допомогою податкового стимулювання [245].

Вивчаючи практику нормативно-правового регулювання соціального підприємництва в розвинутих країнах, корисним може бути досвід кожної з них з погляду адаптації до українських реалій. Україна могла б перейняти досвід створення нормативно-правових засад розвитку соціального підприємництва. На нашу думку, перспективним є використання досвіду Італії, де вже сформовано основу функціонування соціального підприємництва, а також спостерігається стрімке зростання кількості соціальних підприємців. Також корисним є досвід Польщі та Румунії, де ключову роль у розвитку та поширенні соціального підприємництва відіграють організації громадянського суспільства. У певних країнах стрімке зростання зумовлене не лише наявністю нагальних соціальних проблем, але й належним нормативно-правовим забезпеченням, яке регламентує діяльність такого виду підприємництва. Досвід розвитку соціального підприємництва, моделі його запровадження в різних країнах світу, а також можливість їх використання в Україні варто розглянути детальніше [254].

Великобританська Програма розвитку, яка була затверджена в 2002 р., стала каталізатором швидкого розвитку СП. У Великобританії соціалні підприємства стрімко створюються і розвиваються, при тому, що не мають єдиної, затвердженої для всіх правової форми. Доходи СП не підлягають оподаткуванню, якщо прибуток спрямовується на досягнення соціальних цілей, обраних підприємством, а також у тому випадку, якщо під час реалізації конкретної соціальної мети відбувається комерційна робота. Україна може використовувати окремі риси моделі Великобританії, але повністю впроваджувати подібну модель було б не доцільно, адже існує ризик низької ефективності управління розвитком СП при відсутності загальної, єдиної для всіх правової моделі. Можливо, статус СП слід присвоювати окремим підприємствам, для яких призначені пільги та гарантії від держави.

Соціальні підприємці Німеччини мають підвищену зацікавленість в обмеженні своєї відповідальності, тобто частковому перекладанні її на державу, а також прагнуть зручної і вигідної податкової системи для себе. При

цьому вони хоча й позиціонують свою роботу як таку, що приносить суспільне благо, підтримка, яку надає їм держава, має фрагментарний характер і є недостатньою. Для нас корисним було б урегулювати на законодавчому рівні статус соціальних підприємств (СП) як таких, що служать на користь суспільним інтересам, і корисний результат їхньої діяльності має поширюватись на широке коло людей.

Американські соціальні підприємці не отримують прибутку від ведення власного бізнесу, а весь їхній дохід спрямовується на підтримку діяльності компанії (утримання, виплата заробітних плат працівникам), а також на досягнення визначеної суспільно корисної мети. Це означає, що державні пільги в системі оподаткування може отримати лише той соціальний підприємець, який фактично є некомерційною організацією. Проте державна підтримка все ж таки надається переважно у формі виділення фінансування під окремі програми, отримання грантів з державного бюджету, а також надання інформаційної підтримки у вигляді необхідних консультацій. Україна може з цієї моделі взяти за приклад систему сертифікації соціальних підприємств, яка документально підтверджує той факт (і це реєструється у відповідному реєстрі), що підприємство займається суспільно корисною, неприбутковою діяльністю. Гарним прикладом виступають принципи надання кредитів для фінансування конкретних програм та бюджетних грантів для соціальних підприємств на їх створення й розвиток.

Польща звертає увагу на своїх соціальних підприємців, звільняючи їх від необхідності сплачувати реєстраційні внески і надаючи підтримку СП на етапі їхнього створення. Польські соціальні підприємства отримують одноразову матеріальну допомогу, яка не перевищує чотирьох середніх заробітних плат на кожного засновника справи. У законодавстві також закріплені певні податкові пільги. Ми могли би запозичити з польської системи організації соціальних підприємств те, що не менше ніж половина членів такої організації мають бути представниками незахищених верств населення – люди з

обмеженими можливостями, ті, хто опинився у складній життєвій ситуації та ін.

Соціальні підприємства у Бразилії відрізняються складною організацією своєї діяльності, що передбачає труднощі на етапі заснування справи. Для того, щоб отримати статус соціального підприємства, необхідно пройти сукупність певних процедур і відповідати встановленим вимогам. Після отримання статусу соціального підприємства, яке може мати юридичну форму асоціації або фонду, організація має право на державні пільги. Однією з умов отримання державної допомоги є регулярне публічне демонстрування доходів та звітність щодо їх подальшого використання, що вимагає максимальної публічності у діяльності. Для України корисним може бути приклад створення окремої структури, яка спеціалізуватиметься на реєстрації соціальних підприємств і наданні допомоги в отриманні сертифікатів. Також важливою є прозорість у діяльності, тому відкритий бухгалтерський облік прибутків та їх використання може бути корисним прикладом для українських соціальних підприємств.

Індійські соціальні підприємства працюють у формі благодійних фондів або неприбуткових організацій. Вони зобов'язані скеровувати більшу частину прибутку (не менше ніж 80 %) на благодійність, а лише 20 % – на підтримання власної діяльності (оренда, заробітна плата та інші видатки). У разі фінансування роботи за рахунок грантів, увесь отриманий прибуток має бути повністю спрямований на досягнення соціальної мети. Цікаво, що законодавство містить перелік соціальних цілей, які рекомендується враховувати СП.

Україна може запозичити з індійської моделі ідею закріплення на законодавчому рівні співвідношення розподілу часток прибутку, отриманого від діяльності СП. Також, використовуючи досвід Індії, можна затвердити перелік соціальних цілей, досягнення яких надає право на отримання державних пільг. Партнерські відносини між державою та некомерційним

сектором слід будувати на законодавчо визначених юридичних засадах, як це відбувається в Австрії, Бельгії, Великобританії та Іспанії.

Ідеєю, яку варто було б запозичити для України, є також впровадження консультантів з питань соціального підприємництва, які успішно функціонують у Великобританії та Канаді. Принцип передачі повноважень від держави до підприємців можна взяти за зразок з Ірландії. Чудовими прикладами в цьому контексті є США та Словенія щодо впровадження процедур, пов'язаних з реалізацією конкретних проєктів, та відповідальності за корупційні дії, а також Італія, ка має децентралізовану систему, та Канада з погляду створення ефективних соціальних систем.

Отже, у більшості розвинутих країн світу СП є не лише соціально регламентованим, а й широко підтримується публічною політикою:

- сформовано спеціальні органи публічної влади, що займаються соціальними підприємствами;
- розроблено програми підтримки соціальних підприємств, що пізніше перетворюються в конкретні дії місцевих органів влади.

Поки що СП в Україні є недооціненим, тож держава майже не допомогає розвитку СП. Але місцеві органи влади, що бачать результат діяльності безпосередньо на місцях, часто надають допомогу соціальним підприємствам, як-то мінімальна вартість оренди державних приміщень або взагалі дозвіл працювати там безкоштовно, хоча очевидно, що для масштабного розвитку українського соціального підприємництва цього недостатньо.

2.3. Особливості розвитку соціального підприємництва в кризовий період: пандемія COVID-19 та воєнний стан в Україні як каталізатор соціальних перетворень

У світі невпинно зростає рівень соціальної свідомості, про що свідчать і наукові дослідження. «Social economy and social entrepreneurship» [244], «Promoting Social Entrepreneurship in Japan» [210], «Policy options and

instruments for financing innovation: a practical guide to early-stage financing» [235].

Це певним чином зумовлено зростанням середнього рівня життя у країнах. Спираючись на матеріали вищезгаданого дослідження [235] можемо виокремити певні факти, що стосуються теми дослідження:

- з другої половини XX ст. по всьому світу виникають, масово поширюються та стрімко розвиваються благодійні фонди, фонди, які підтримують соціально спрямовані проєкти, волонтерські рухи, неприбуткові громадські організації тощо;
- популяризується сучасна ідея соціальної відповідальності бізнесу, а отже, зростає увага до соціальних наслідків господарської діяльності організацій;
- зростає кількість людей, які дотримуються ідеї «відповідального споживання», коли поряд із показниками ціни та якості важливою є й екологічність виробництва;
- все більше людей прагнуть працювати в таких організаціях, які мають певну соціальну місію і функціонують заради створення суспільного добробуту, навіть якщо заробітна плата тут може бути нижчою, ніж в аналогічних комерційних підприємствах, а отже, альтруїстичні мотиви мають перевагу.

Тож, як бачимо, зараз у світі в цілому та Україні зокрема існує сукупність факторів, які стають благодатною основою для поширення соціальних підприємств. Проте помилкою було б стверджувати, що лише наявність нагальних соціальних проблем є каталізатором для виникнення нових СП і поширення ідей та ідеалів соціального підприємництва. Все ж таки саме економічні й нормативно-правові фактори залишаються визначальними для розвитку соціальних підприємств (СП), як свідчить досвід європейських країн та деяких країн Америки, а саме в цих аспектах Україна має прогалини. Лише наявність нагальної проблеми, яку необхідно вирішувати, може

спонукати до створення СП, але їх поширення та функціонування неможливе без допомоги держави.

Кризи різного рівня є характерними для всіх стадій розвитку СП і можуть активізуватися в складних і невизначених ситуаціях на короткостроковий або тривалий період, однак наростання проблем, аж до передчасного закриття соціально відповідального бізнесу та СП, підтвердили відсутність адекватних стратегій антикризового державного управління. Всесвітня пандемія COVID-19 спалахнула миттєво, порушивши всі усталені світові системи, адже криза сталася у багатьох сферах: в економічній, соціальній, політичній, фінансовій і навіть релігійній. Країни закривали кордони, підприємства та різноманітні установи припиняли роботу або переходили на дистанційну форму, якщо мали таку можливість, але через відсутність досвіду та непідготовленість це відбувалось дуже повільно і не завжди якісно. Світові економіки зазнали величезних збитків; це торкнулося навіть найрозвинутіших економік світу, як-то американської, китайської, японської, німецької та ін. Вірус, що передається від людини до людини, мав дуже вагомий вплив на глобальний світовий економічний розвиток. Світові бізнеси переживали кризу, оскільки експорт товарів і послуг скоротився на 5,6 %, а імпорт – на 9,6 %. При цьому кінцеві споживчі витрати домогосподарств, незважаючи на різке падіння у другому кварталі (на 10 % відносно першого) через запровадження жорсткого карантину, в цілому за рік збільшились на 1,6 %. Це свідчить про те, що і населення, і бізнес змогли швидко адаптуватися до нових умов, спричинених карантинними реаліями. Крім того, це також демонструє швидкий розвиток онлайн-торгівлі.

Кінцеві споживчі витрати некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства, та державного сектора управління за рік скоротилися на 16 % і 3 % відповідно. «Валове нагромадження капіталу, яке є важливою характеристикою розвитку економіки, за 2020 р. скоротилося майже вдвічі (на 46,4 %)» [38]. Країни з найменш розвинутими економіками найбільше постраждали від коронавірусної кризи, адже особливі труднощі для них

полягали у складності доступу населення до отримання певних послуг. Можна також відзначити, що швидкість поширення вірусу та кількість заражених і, як наслідок, частка смертей з-поміж населення, що перебуває за межею бідності, є значно нижчою, ніж з-поміж людей, які належать до середнього і високого класу відповідно до рівня їх доходів. Порахувати об'єктивно можна лише економічні наслідки, як, наприклад, економічні втрати через зупинку виробництв, закриті кордони тощо. А ось економічні наслідки у сферах охорони здоров'я, освіти можна буде побачити лише в перспективі, а це стосується передусім якості та кількості трудових ресурсів. Коронавірус завдав величезних збитків майже в усіх сферах суспільного життя у всіх країнах світу, що засвідчило необхідність тісної співпраці між урядами та громадськими організаціями, яка може зменшити катастрофічні економічні наслідки пандемії надалі. Соціальні підприємці дуже постраждали внаслідок пандемії, тож мусили шукати інноваційні шляхи вирішення проблеми.

У соціального підприємництва складна ситуація виникла через залежність від своїх клієнтів, постачальників та працівників, що виявилося у тимчасовому припиненні бізнес-процесів, включаючи проблеми з логістикою. Тому дуже важливо визначити характер соціальних змін під час пандемії та розробити й удосконалити методи і механізми антикризового управління для соціально орієнтованих підприємств та бізнесу. Це включає оцінювання ефективності їх використання на різних етапах розвитку організацій, протидію кризовим явищам, а також впровадження цифрових технологічних трансформацій у сучасному соціально відповідальному бізнесі. Україна поки що не провела масштабних досліджень впливу COVID-19 на соціальний бізнес, проте стаття «Соціальне підприємництво та COVID-19: як подолати кризу?» від Української соціальної академії стверджує, що соціальний бізнес допомагає людям та надихає їх втілити ідеї соціальних змін у бізнесі, що стабільно зростає завдяки освітнім курсам і менторству [154].

Проте більш детальні пошуки інформації та робота з результатами опитування 111 учасників – представників малого та середнього бізнесу

(опитування проводили у період з 15 до 21 травня 2020 р. в межах проєкту «Unlimit Ukraine» від Європейської бізнес-асоціації під час пандемії) засвідчили, що більшість соціальних підприємств втратили від 50 до 75 % прибутку [154].

Європейська бізнес-асоціація – проєкт, який дає змогу підприємцям отримати консультації та проводити діагностику свого бізнесу. За даними ЄБА, на сьогодні проєкт налічує 1861 учасника, про що сказано в публікації [161]. Майже половина власників СП, соціально орієнтованого бізнесу, малого бізнесу та мікробізнесу втратили за період пандемії близько 50 % доходів, а майже десята частина опитаних підприємців розглядали варіант остаточного закриття свого бізнесу. Окремим наслідком пандемії багато власників малого бізнесу вказували на зростання дебіторської заборгованості [161]. Однак не все так погано у 14 % опитаних підприємців по всій Україні, у них дохід не змінився або навіть зріс. Варто зауважити, що їх діяльність була пов'язана з продовольчими товарами та аптеками. За оцінками самих власників (38 %), аби відновитися та повернутися до «комфортних» доходів і стабільного розвитку, СП та малому бізнесу потрібні два роки та стратегія антикризового державного управління у сфері соціально орієнтованого бізнесу [154]. Важливим показником соціальних перетворень всередині СП та соціально відповідального бізнесу є збереження рівня заробітної плати для працівників на колишньому рівні, тим самим не знижуючи рівень життя працівників соціально вразливих категорій населення. За даними опитування в межах проєкту «Unlimit Ukraine», 48 % засновників СП та соціально відповідального бізнесу зберегли заробітну плату співробітників на колишньому рівні.

«З іншого боку, 29 % респондентів повідомили про те, що змушені були знизити зарплати, а 19 % – що їм довелося відправити своїх співробітників у неоплачувану відпустку» [154]. За даними Опендатабот, станом на 2023 рік в Україні налічується більше ніж 1,9 млн підприємців, з них 927 тис. мають податковий борг.

Внаслідок карантинних обмежень 735 тис. індивідуальних підприємців (ФОП) зможуть розрахуватись зі своїми податковими боргами. Їх борг становить менше ніж 5 % від загальної суми боргів ФОПів. Президент України В. Зеленський запропонував цю ініціативу. Внаслідок цього державний бюджет зазнає збитків у розмірі 400 млн грн, що становить невелику частину (приблизно 5 %) від загальної суми боргів, яка наразі становить 7,2 млрд грн. За словами О. Іванкіна, засновника платформи Опендатабот, подібне рішення Президента аналогічне до оптимізації кредитного портфеля: відпустити 80 % боргів і втратити лише 5 % від загальної суми. Статистика платформи Опендатабот свідчить, що український бізнес починає відновлюватись після карантину: у вересні кількість відкритих підприємств та нових вакансій майже повернулась до рівня перед карантином. Це означає, що зараз саме час боротися з наслідками пандемії [154].

Засновник Української соціальної академії М. Мельник наголошує, що «в кризовий час загострюються існуючі соціальні проблеми – і потреба у нестандартних рішеннях та соціальних інноваціях зростає» [83]. Він також звертає увагу, що «під час пандемії COVID-19 ми бачимо, що традиційні шляхи вирішення проблем не працюють. І тому зараз нам, як ніколи, потрібні соціальні інноватори – люди, які знаходять нові способи для допомоги іншим» [83]. Знаково, що саме для СП та соціально відповідального бізнесу на платформі УСА провели безкоштовну онлайн-конференцію «Social Navigator», що була присвячена способам адаптації до нових економічних реалій в умовах управлінської та соціальної кризи для ефективної стратегії продажів та розвитку бізнесу. У минулорічному звіті Всесвітнього економічного форуму, що був присвячений викликам, з якими стикнулись соціальні підприємці, особливу увагу приділяли саме ролі успішних лідерів під час пандемії: «зараз нам потрібні успішні лідери – не лише для того, щоб допомогти найвразливішим категоріям населення, а й «перезавантажити» українське суспільство» [83].

А перезавантаження українського суспільства під час пандемії та в постковідний період потрібне, адже «за оцінками Світового банку, цьогоріч (2020 р.) понад 420 мільйонів людей опиняться за межею бідності – це нівелює результати роботи соціальних ініціатив з 2016 року» [182]. Розуміючи, що СП та соціально орієнтований бізнес по всьому світу під час пандемії зазнають значних втрат, «60 провідних організацій змін створили COVID Response Alliance for Social Entrepreneurs (Альянс реагування на COVID-19), головна мета якого – допомога соціальним підприємцям та боротьба з наслідками пандемії коронавірусу» [182]. За результатами дослідження групи зарубіжних учених (J. Pollack, E. Vanepps та A. Hayes), що викладене у статті «The moderating role of social ties on entrepreneurs' depressed affect and withdrawal intentions in response to economic stress» [234] виходить, що численна кількість соціальних зв'язків під час кризових ситуацій, таких як пандемія, допомагає максимально ефективно мінімізувати негативні наслідки управлінської та соціально-економічної кризи, а також запобігає необхідності закрити свій бізнес.

До того ж самоізоляція, локдаун та соціальне дистанціювання – чудова можливість активізувати роботу онлайн, налагодити доставку товарів чи послуг додому, напрацювати клієнтську базу даних. Саме у соціальних зв'язках світова спільнота вбачає вихід із соціально-економічної та управлінської кризи під час пандемії. Як слушно зазначено у статті «Соціальне підприємництво та COVID-19: як подолати кризу?», «потреба соціальних підприємців у підтримці ніколи не була нагальнішою» [154]. Одним із найпотужніших ринків соціального капіталу є SOCAP [182]. Це провідна світова платформа для руху до соціально справедливої та стабільної економіки. Навколо SOCAP об'єднуються групи соціальних підприємців, інвесторів, керівників фондів та некомерційних організацій, урядових і політичних лідерів, творців, корпорації, науковців та не тільки. Завдяки обміну досвідом і цифровими технологіями SOCAP стимулює інвестиції у СП та соціально орієнтований бізнес ще з 2008 р. Сьогодні SOCAP провів

віртуальний саміт «Global Impact» для привернення уваги до СП та соціально відповідального бізнесу та залучення інвестицій до цих категорій бізнесу. Відкритий форум для розвитку соціального підприємництва й соціально орієнтованого бізнесу – «NextBillion», заснований в Інституті Вільяма Девідсона в Університеті Мічигану (William Davidson Institute at the University of Michigan). Спочатку його планували заснувати як блог-чат для бізнесменів, економістів, управлінців, громадських діячів, політиків, усіх, хто має на меті змінити світ на краще та здолати бідність, соціальну нерівність, расизм тощо.

Сьогодні «NextBillion» – це глобальна платформа, сайт, де провідні підприємці, керівники ГО, політики, науковці не лише публікують статті та обмінюються досвідом, бізнес-ідеями, але й встановлюють нові соціальні зв'язки, знаходять інвестиції, донати. На сайті регулярно оновлюється контент, який містить інтерв'ю з лідерами думок, що формують сектор соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу; є розділ з вакансіями, блоги відомих письменників та публіцистів, календар важливих подій [225]. Цікавим досвідом підтримки СП та соціально відповідального бізнесу всередині країни є альянс «Emprendedores Frente al COVID-19» в Латинській Америці – мережа організацій, які прагнуть підтримати підприємців континенту, які постраждали під час управлінської, суспільно-економічної кризи внаслідок пандемії. Соціально активні бізнесмени, латиноамериканські інкубатори, акселератори, фонди та агенти підтримки в ефективній колаборації протистоять кризі як агенти змін та забезпечують тисячі громадян роботою [195]. Український досвід підтримати соціальних інноваторів реалізується, наприклад, у програмах Української соціальної академії «Акселератор соціального підприємництва» та «Менеджмент соціальних інновацій». Наслідки пандемії короновірусу прискорили розвиток цифрового середовища СП та соціально відповідального бізнесу, здійснюючи цифрову трансформацію, адже успішні рішення окремих СП дали змогу визначити цифрові перетворення як ключовий тренд цивілізації під час пандемії й постковідного часу. Наприклад, громадська організація «Запоріжжя

без сміття». Основною метою її діяльності є сприяння розвитку культури поводження з відходами, заснованої на принципах запобігання їх утворенню, повторного використання, переробки, компостування відходів у м. Запоріжжя та Україні в цілому. ГО через популярні соціальні мережі здійснює збір коштів на провадження екопрограм із сортування сміття, проводить екочеленджі, спрямовані на освіту та навчання, розвиток громади, адвокацію.

Група компаній «Veterano Group» та піцерії «Veterano Pizza», що приймає на роботу виключно ветеранів АТО для подальшої соціалізації особливо вразливої категорії людей після повернення з війни, робить значний внесок у соціалізацію учасників бойових дій, залучення ветеранів до мирної роботи, мінімізує ризики депресії, самогубств, посттравматичного синдрому, алкоголізму тощо. Завдяки цифровим технологіям мережа закладів харчування у період пандемії та локдауну налагодила систему доставки готових страв додому, що дало змогу зберегти співробітників та заробітну плату для них. Студія «Zelenew», завдяки якій старий непотрібний пластик перетворюють на дизайнерські предмети інтер'єру, під час пандемії та локдауну через соціальні мережі й використання цифрових технологій налагодила доставку виробів до споживачів та розширила мережу збору вживаного пластика від населення, що також дало змогу не припиняти роботу СП та соціально відповідального бізнесу.

Проте ефекти реалізації цифрових технологій мають не тільки позитивний вплив на розвиток соціальної діяльності суспільства, а й можуть стати загрозою виживання та розвитку соціально орієнтованих бізнесів, які намагаються монетизувати цифрові переваги. Цифрові технології можуть виявитися згубними для соціальних підприємств завдяки впливу нових, неврахованих факторів.

Інформація часто стає вразливою в мережі соціальних медіа, особливо враховуючи широке коло користувачів цих платформ. Тому соціальні медіа є серйозним джерелом витоку інформації.

Дж. Штейнберг, засновник та генеральний директор проєкту «SecureMySocial», який покликаний допомагати бізнесу ефективно використовувати соціальні мережі та нівелювати можливі негативні наслідки їх застосування, відзначає, що соціальні медіа можуть стати джерелом інформації для хакерів, оскільки суттєво полегшують їм здійснення протиправних дій. В опитуванні «Panda Security», компаніїї, що вже більше 20 років забезпечує комп'ютерну та ІТ-безпеку для СП і соціально відповідального бізнесу по всьому світу, взяли участь представники малого та великого бізнесу, що мають представництва в соціальних мережах. Більше ніж 1/5 від усіх опитаних внаслідок роботи із соціальними мережами та недотримання правил медіаграмотності уможливили доступ до конфіденційної інформації. Внаслідок роботи шкідливого програмного забезпечення через соцмережі 35 % опитаних зазнавали фінансових збитків. Вторгнення сусідньої держави на наші території та початок повномасштабної війни з 24 лютого 2022 р. значно вплинули не лише на життя кожного українського громадянина, але й на всі підприємства та компанії. «Після п'яти місяців війни свою роботу у звичному обсязі відновили менше половини українських підприємців (47 %), про що свідчать дані опитування Європейської бізнес-асоціації» [107].

Соціальні підприємці, які змогли відновити свою роботу в умовах надзвичайної складності, постійно стикаються з новими викликами та ризиками. З-поміж основних проблем можна виділити такі:

- ускладнення в менеджменті;
- зниження обсягів продажів;
- втрата актуальності послуг, на які ще нещодавно був попит.

При цьому саме суспільство докорінно змінилося, адже велика частина людей залишились без роботи, а отже, і без доходів, зросла кількість внутрішньо переміщених осіб, збільшилась кількість людей, що потребують допомоги – незахищених верств населення (з-поміж яких тепер з'явилися українці, що втратили житло, фізичне і психологічне здоров'я, та ін.).

Отже, соціальні підприємці зіткнулись із новим завданням – вони мають навчитися швидко реагувати на сучасні реалії та шукати нові рішення, використовуючи лише власний досвід, оскільки механізм дій у таких ситуаціях ще не сформувався. Відновлення діяльності соціального бізнесу є важливим не лише для економіки, а й для оперативного вирішення нагальних соціальних проблем, які стали актуальними в українському суспільстві у цей непростий період. Варто зазначити, що деякі соціальні підприємства впоралися з цим завданням. Крім того, традиційні комерційні підприємства, які раніше займалися лише комерційною діяльністю, швидко адаптувалися до тенденцій, характерних для соціальних підприємств. Багато з них почали перераховувати певний відсоток від свого доходу на благодійні фонди або на потреби української армії. Більшість рекламних кампаній товарів і послуг містили позначку «10 % перераховуємо на підтримку ЗСУ», тобто волонтерський внесок був включений у саму ціну товару.

Ми спостерігаємо широке впровадження соціального підприємництва в українське суспільство та бізнес. Ця тенденція варта підтримки і захисту, щоб вона не зникла так само швидко, як і з'явилася. Цікаво, що деякі соціальні підприємства не лише зберегли своє підприємство та робочі місця, але й успішно розпочали свою діяльність у цих складних умовах. Як приклад можна назвати новий ресторан «Інші», який відкрив у Львові Є. Клопотенко. Особливістю цього закладу є можливість отримати безкоштовну їжу для тих, хто не може собі це дозволити, завдяки пожертвам і благодійним внескам. Крім того, у ресторані працюють внутрішньо переміщені особи, що є ще однією важливою місією соціального підприємства.

Висновки до розділу 2

1. У сучасній Україні особливістю соціального підприємництва є відсутність чіткого законодавчого визначення та точних правил, що регулюють його функціонування. Це створює додаткові труднощі для

соціальних підприємств на етапі їх створення й оформлення документації. Водночас українські соціальні підприємства мають можливість самостійно обирати форму організації своєї підприємницької діяльності. На відміну від комерційних підприємств, СП не оцінює свою успішність з точки зору прибутку або виторгу, йому не важлива вартість акцій або обсяги продажів. Для соціального підприємця важлива соціальна віддача, наприклад, кількість працевлаштованих осіб, або кількість людей, що скористалась послугами.

Прибуток від СП частково спрямовується на утримання справи і зарплату працівників, частково ж – на реінвестування соціальних проєктів. Головними ознаками соціального бізнесу визначаємо такі: 1) реінвестування прибутку в соціальний розвиток; 2) відкритість і прозорість діяльності; 3) ініціативність; 4) публічна звітність; 5) ризиковий характер. Причинами виникнення соціального бізнесу прийнято вважати активність і поширення некомерційних громадських організацій, появу сучасних засобів зв'язку, розвиток соціальної інфраструктури.

В основному українські соціальні підприємства обирають для своєї діяльності форму ФОП та оптимальну систему оподаткування, що найбільше відповідає їхній бізнес-моделі. Більшість таких підприємств в Україні зосереджуються на таких напрямах:

- створення робочих місць для вразливих груп населення, таких як внутрішньо переміщені особи, ветерани, люди з обмеженими фізичними та розумовими можливостями, колишні алкоголіки й наркомани;
- певний суттєвий відсоток прибутку від своєї діяльності спрямовують до конкретних благодійних фондів чи організацій, реалізовують власні соціальні проєкти;
- відсоток від доходів спрямовують на оплату певних послуг, необхідних соціально незахищеним групам осіб, наприклад, надання юридичних консультацій, психологічної допомоги, спонсортство культурних або спортивних заходів тощо.

Один соціальний бізнес може займатися одразу декількома соціальними питаннями, які вирішуватиме в результаті власної діяльності. СП намагаються залучати до роботи молодь і вважають важливим приділяти увагу гендерному питанню. Важливою особливістю соціального підприємства є обов'язкове публічне оголошення своєї соціальної місії. Більшість українських СП стверджують, що зіткнулись з певними труднощами під час заснування справи, з-поміж причин, які стали найважчими перепонами, вони найчастіше відзначали брак коштів на заснування підприємства. Українські СП зазвичай фінансуються за рахунок доходів, отриманих внаслідок здійснення своєї діяльності, а також (значно меншою мірою) – за рахунок грантів, кредитів, спонсорських внесків. Проте відсутність законодавчо закріплених норм гальмує розвиток СП, роблячи їх так званою «тіньовою діяльністю». Саме тому немає чіткої статистики, офіційних відомостей та відкритих даних з цього питання, тож ні держава, ні громадянське суспільство не мають чіткого уявлення про те, яку саме користь приносить соціальний бізнес своєю працею.

Крім того, у суспільстві існує ряд шкідливих для СП стереотипів. Одні полягають у розумінні всього соціального як меншовартісного, інші вважають його аматорською справою, що не має стратегії розвитку та майбутнього, треті плутають СП із волонтерством чи благодійністю, не розуміючи його суті, четверті вважають, що неможливо поєднати бізнес та благодійність. Все це заважає українській спільноті підтримувати та розвивати СП, тому держава, на нашу думку, має взяти на себе просвітницьку функцію і донести правдиву інформацію про СП. І зробити це досить легко, адже Україна вже може похвалитися десятками успішних кейсів, кількість яких продовжує зростати з кожним роком. Більшість українських СП започатковують підприємницьку діяльність на основі недержавних організацій деякі самоорганізовуються задля здійснення економічної діяльності, залучивши до себе представників незахищених верств населення.

Україні необхідно забезпечити чинне правове поле для СП, надати чіткого визначення самому поняттю, виділити ознаки для їх класифікації.

Необхідно розробити програму прозорого кредитування для СП, адже сьогодні з погляду отримання державної підтримки СП немає жодних переваг порівняно з традиційним. Соціальний підприємець є менш захищеним, адже при поразці він не лише зазнає економічних втрат, але й постійно несе відповідальність за людей, яких він мав захищати. Крім того, важливим є впровадження системи державної підтримки соціального бізнесу, перш за все, шляхом зменшення податкового навантаження. Це також позитивно вплине на економічну стійкість та динаміку розвитку СП [68].

2. Розглядаючи нормативно-правове забезпечення діяльності соціальних підприємств у країнах Європи, можна відзначити, що, наприклад, у Великобританії немає окремого закону, який би регулював СП, проте на законодавчому рівні закріплено визначення «соціального підприємництва», а також прийнято процедуру набуття підприємством статусу соціального.

У Данії регулювання соціального підприємництва ґрунтується на директиві Європейського Союзу про державні закупівлі (Директива 2014/24/EU). Згідно із законодавством, соціальні підприємства визнають такими, що включені до реєстру «зареєстрованих соціальних підприємств» в уряді Данії. У Латвії, Італії та Фінляндії діють окремі закони, які регулюють діяльність соціальних підприємств. У Польщі, за даними Єврокомісії, законодавство про СП все ще перебуває на етапі розробки. Проте існує законодавчо визначена організаційно-правова форма, яка схвалена Законом «Про соціальні кооперативи».

Дослідивши зарубіжний досвід СП, відзначимо, що кожна держава має свою специфіку й особливості у підходах до соціального підприємництва, тому ми не знайдемо ідеальної системи для України, але можемо взяти окремі відмітні риси, які можна перейняти. На нашу думку, з-поміж них можна виділити такі:

- підготовка окремих спеціалістів із соціального підприємництва, які займалися б допомогою молодим СП на етапі започаткування діяльності та під час подальшого розвитку, як у Великобританії;

- врегулювання на законодавчому рівні статусу СП, як це зроблено в Німеччині;
- система сертифікації та надання державних кредитів під конкретні програми, як в американській системі СП;
- польський принцип про те, що, як мінімум, 50 % працівників, залучених у діяльності СП, мають належати до незахищених категорій;
- запровадження конкретної державної структури, яка займається саме СП, і забезпечення загальної прозорості у роботі підприємств, як у Бразилії;
- індійська ідея регламентувати на законодавчому рівні, яка саме частка від прибутку має йти на доброчинність у СП;
- налагодження партнерських відносин між державою, бізнесом і громадськістю, як в Австрії та Бельгії.

У кожній країні по-різному розуміли саме значення соціального підприємництва, а СП за родом і формою діяльності суттєво відрізнялися, однак характерними рисами, притаманними всім, можна назвати діяльність, що водночас спрямована на отримання прибутку та на корисний соціальний результат.

3. Економічні, соціальні та політичні турбулентності можуть виступати каталізатором для виникнення соціальних підприємств, проте вони не єдині причини їх створення та поширення. Важливими факторами в цьому процесі є наявність відповідного нормативно-правового середовища та економічна складова, зокрема державна підтримка. В Україні, як і у всьому світі, в останні роки склалася дуже сприятлива ситуація для розвитку СП. Як засвідчують міжнародні дослідження «The Possibilists», молодим підприємцям із 137 країн світу замало лише особистих потреб і бажань для того, щоб розпочати займатися власною справою, а ось намагання покращити життя інших, бути суспільно корисним, виконувати певну соціальну місію мотивує на початок підприємницької діяльності [70]. Це трансформація самої парадигми сенсів існування бізнес-організацій. В Україні та світі стрімко зростає кількість

благодійних організацій і волонтерських рухів, а отже, суспільство стає все більше орієнтованим на взаємну допомогу і піклування про ближніх. Щоразу більше людей захоплюються ідеями відповідального бізнесу та відповідального споживання. Крім того, спостерігається тенденція до того, що люди, обираючи роботу, швидше приймуть менші вигоди для себе, але працю заради корисного блага, ніж навпаки.

Вивчаючи історію українського та світового соціального підприємництва, можна дійти висновку, що його активний розвиток припадає на найважчі періоди в історії держав. У такі моменти збільшується кількість людей, які потребують допомоги, зокрема, незахищені соціальні категорії, тоді як держава не завжди може забезпечити адресну допомогу кожному з них. Порівняно з державою, яка охоплює всі сфери життя, СП фокусується на конкретних видах діяльності для допомоги конкретним людям, що уможливлює охоплення ним ширшого кола осіб, які потребують захисту. Зараз в Україні, що переживає важкі і буремні історичні часи, спостерігаються високий соціальний запит на соціальні бізнеси, а також високі очікування щодо наслідків їх діяльності.

РОЗДІЛ 3
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ДЕРЖАВИ У СТВОРЕННІ СПРИЯТЛИВИХ УМОВ ДЛЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1. Практики застосування основних моделей соціального підприємництва в Україні

Суб'єкти соціальної політики постійно шукають нові моделі, які б давали можливість підвищити ефективність своєї діяльності щодо досягнення соціальної мети. На практиці застосування основних моделей соціального підприємництва, що існують в Україні, формує виклик перед дослідниками щодо вивчення нових стратегій і методів, які б за конкретними параметрами продемонстрували ефективність соціальних підприємств та сприяли процесу інституціоналізації СП в дихотомії «держава – суспільство».

Ефективне функціонування соціальних підприємств приводить до позитивних економічних і соціальних зрушень, на думку В. Бакуменко, З. Галушки, М. Голуб, І. Герчикова, А. Дєгтяр, О. Кужель, В. Ляшенко. Сучасні зарубіжні дослідження П. Друкера, Дж Мейра, А. Сміта, Х. Стівенсона, Й. Шумпетера, М. Курлета, які з'явилися у сфері роботи соціальних підприємств, мають тенденцію описувати методи, які вже були протестовані в комерційних підприємствах. Завдання соціального підприємства полягає не в тому, щоб максимізувати прибуток, а в тому, щоб отримати прибуток, достатній для мінімізування ризику господарської діяльності, уникаючи таким чином збитків. Важливою особливістю, яка відрізняє СП від комерційного, є також інший тип доступу до ресурсів та інший спосіб використання можливостей [177; 191].

Проте ототожнення підприємства лише з бізнесом стає дедалі менше в комерційному секторі, і тепер цей термін все частіше використовують для

опису діяльності в інших сферах людської діяльності – у державному та соціальному секторах [205]. Метою соціального підприємця є досягнення цінності у вигляді трансформаційних вигод для всього суспільства або значної його частини, що є безумовним поштовхом до необхідності інституалізації СП на рівні держави. Досягнення цієї мети досягається в соціальному підприємстві шляхом використання господарської діяльності.

Слід зазначити, що діяльність соціальних підприємств безпосередньо пов'язана із задоволенням соціальних потреб (зокрема, через виробництво продукції та надання послуг або працевлаштування незахищених людей). Це відрізняє їх від «соціально відповідальних компаній», які створюють позитивні соціальні зміни опосередковано через практики корпоративної соціальної відповідальності (М. Беднарчик, М. Курлето, 2013) [178]. Сьогодні в законодавчому полі не існує чіткого розмежування понять, схожих між собою семантично, але різних за способом функціонування в соціальній економіці, зокрема таких, як «соціальне підприємство», «соціально відповідальний бізнес», «соціальна відповідальність», «соціальний бізнес» тощо.

Соціально-економічні зміни на тлі майже десятилітньої війни росії з Україною стимулюють авторів наукових досліджень до пошуку найбільш оптимальних рішень щодо функціонування соціального підприємства у сфері соціальної політики та способів інституціоналізації СП. Дослідники О. Бандирська [4], Н. Волосковець [21], Т. Гнатьєва [25], О. Головінов [27], М. Мурашко [87–88] концепцію соціального підприємства розуміють як діяльність неприбуткових організацій, що здійснюється соціально заангажованими особами та спрямована на пошук альтернативних шляхів діяльності, підвищення здатності цих організацій створювати економічні цінності з метою максимізації соціальних переваг. Н. Кучинська (2013) [214] наголошує на необхідності створення та підтримки соціальних підприємств, які б сприяли працевлаштуванню окремих груп людей, наприклад, хворих членів сім'ї, людей, старших за 60 років, і навіть літніх людей, які часто не

хочуть відмовлятися від професійної та соціальної діяльності. Так, наприклад, роблять доброчинна крамниця «Ясна річ», одеське СП «Gudzyk», проєкт «Творча Ба», ГО «Золоті Роки». І соціальні, й комерційні підприємці стикаються з подібними проблемами в процесі створення та розвитку підприємств. На практиці соціальні підприємства часто змушені конкурувати з іншими СП схожого напряму (без необхідної колаборації між собою), а іноді й з комерційними організаціями, внаслідок чого необхідно шукати такі стратегії, які дають їм змогу досягати як комерційних, так і соціальних цілей [205].

Слід підкреслити, що використання ефективних бізнес-рішень для соціальних підприємств (відоме також як масштабування, згідно з О. Кайзер, М. Будініч [212]) є дуже актуальною, але малодослідженною темою в Україні. В економічних науках прийнято вважати, що підприємство – «суб'єкт, який здійснює господарську діяльність, прагне задовольнити потреби інших суб'єктів суспільного життя (людей та/або установ) шляхом виробництва продукції та/або надання послуг, але ця діяльність мотивується бажанням отримати фінансову вигоду та здійснюється самостійно на ризик власника або власників» [138].

Традиційне комерційне підприємство в Україні [137] має на меті максимізувати зростання капіталу та поточний дохід для інвесторів; діє на економічному ринку з метою отримання прибутку; діє в умовах глобальної економіки конкурентоспроможності; розраховує прибутки відповідно до досягнутих матеріальних вигод.

З іншого боку, СП (І. Березяк, Н. Губська, В. Дикань, Н. Доброва, В. Компанієць, В. Кулькова, А. Московська, В. Назарук):

- прагне забезпечити соціальні зміни шляхом вирішення соціальних проблем;
- намагається задовольнити соціальні потреби стабільним способом;
- в основному працює на бенефіціарів;

- оцінює прибуток відповідно до створеної соціальної корисності та економічної ефективності підприємства.

Як влучно зазначає професор університету ПАР К. Томас, СП здійснює економічно перевірену діяльність, яка передбачає економічний ризик. Ознака «спільнота» вказує, з одного боку, на основні ресурси, які використовує компанія, а з іншого боку, – на її місію. Суть функціонування соціального підприємства базується на соціальному капіталі, який становлять ресурси цього суб'єкта та який сформований у межах конкретної місцевої спільноти [256]. Соціальні підприємства є апріорі інноваційними і, на відміну від комерційних, вони зазвичай орієнтовані не на отримання прибутку, а на створення робочих місць. Наприклад, СП «Столяр Арт» проводить навчання і забезпечує роботою юнаків ромсько національності від 18 років, вирішуючи велику соціальну проблему Закарпаття – безробіття національних меншин, масовий виїзд молодого населення закордон на заробітки та кримінальне майбутнє молоді без роботи. З точки євроінтеграційної політики України варто враховувати пропозиції EMES (Європейської дослідницької мережі), яка бере до уваги як економічні, так і соціальні атрибути [187, с. 52–53]. EMES зазначає, що соціальне підприємство – це інституція, яка веде економічну діяльність, але водночас зосереджена на виконанні своєї соціальної місії, надлишки інвестує у свою статутну діяльність (або в громаду), замість того, щоб керуватися необхідністю отримання максимального прибутку власникам (у тому числі акціонерам). Аналіз можливості використання факторів, що визначають ефективність стратегій комерційних підприємств з точки зору їх застосовності до соціальних підприємств, дає змогу побачити домінуючу закономірність, яка починається з визнання на ринку і закінчується продажем (створенням вартості) для клієнта (у соціальному підприємстві – вартість для бенефіціара).

«Згідно зі звітом Європейської дослідницької мережі ЕМЕС (EMES), просування платформи соціального підприємництва особливо важливе для посткомуністичних країн, де необхідно впроваджувати нові підходи та

залучати широкі верстви населення» [56, с. 128]. Між визнанням (яке також називають бізнес-ідеєю) та створенням цінності для клієнта/бенефіціара є місце для бізнес-моделі. Як засвідчує огляд літератури, загальноприйнятого визначення бізнес-моделі не існує. Широкий аналіз цього поняття здійснили Н. Матвійчук, Л. Черчик [167].

Для цих міркувань особливо точною видається концепція моделі СП, запропонована В. Ногальскі, яка стверджує, що «бізнес-модель можна розглядати як розвинуту сучасну форму організаційної моделі підприємства управління» [226]. При цьому підході прийнята концепція обговорюваної моделі належить до сфери стратегічного управління (деякі автори, навпаки, вважають, що стратегія належить до моделі, яка потім трактується як більш загальне поняття). Підкреслюючи важливість принципу, вперше сформульованого С. Капланом [211], згідно з яким, бізнес-моделі застосовуються не лише до комерційних підприємств, також видається доцільним взяти до уваги (і використовувати) широке дослідження операційних моделей соціальних підприємств, зроблене з цього погляду.

У літературі на цю тему немає загальноприйнятого визначення поняття «бізнес-модель». Модель, про яку йде мова, стає відправною точкою для досягнення стійкої конкурентної переваги, і її не слід ототожнювати зі стратегією організації, хоча між цими поняттями є значні зв'язки та схожість [194]. Аналіз ключових компонентів бізнес-моделі, здійснений зарубіжними дослідниками A. Osterwalder, Y. Pigneur [228], а згодом розширений економістом L. Michelini [221]: 1) екосистеми (які включено як у ланцюжок створення вартості, так і до компетенції підприємства); 2) надлишок (розуміється як надлишок доходу); 3) модель «управління» підприємством (зведена до процесів, а також принципів співпраці зі стейкхолдерами); 4) виконання своєрідного «зрівняння» між економічними та соціальними цінностями (що має призвести до переваги соціальних цінностей над економічними), – дає змогу сформулювати спостереження, яке вказує на необхідність обмеження кількості компонентів бізнес-моделі для соціального

підприємства. Обмеження цих компонентів є важливим, оскільки їх надлишок може призвести до втрати чіткості загальної картини, необхідної для визначення цілей бізнес-моделі соціального підприємства. У бізнес-моделі соціального підприємства видається важливим виділити такі компоненти:

1) вартість запропонованої пропозиції;
2) оцінка ресурсів (і відповідні стратегії);
3) канали розподілу;
4) відносини з клієнтами;
5) партнерська мережа;
6) підприємницька діяльність.

Ключ до використання бізнес-моделі в соціальному підприємстві полягає в тому, щоб розділити бізнес-результат і результат соціального впливу. Науковці А. Дасін, Т. Дасін та М. Матеар [184] стверджують, що більшість соціальних підприємств починають бізнес, намагаючись створити певний тип «соціальної цінності». Виходячи з необхідності інтеграції соціальних програм у ринкову діяльність (через різний «ступінь внутрішнього чи зовнішнього впровадження»), соціальні підприємства можуть досягти своєї соціальної мети залежно від ефективного досягнення бізнес-мети [175, с. 169–197].

Соціальні підприємства виконують свою місію, зосереджуючись на створенні соціальних благ замість фінансової віддачі від інвестицій, і потребують стабільної бізнес-моделі для досягнення ефекту масштабування. Для успіху соціальної бізнес-моделі підприємства суттєвою є ефективність функціонування двох ключових елементів:

1) стратегії, що охоплює внутрішню організацію (структуру) і зовнішнє середовище;
2) стратегії щодо наявності та належного використання фінансових і людських ресурсів.

Видається важливим підкреслити, що соціальні підприємства не працюють на основі простої координації ресурсів і перетворення їх у

прибуткові підприємства [202, p. 101–125]. На нашу думку, щоб створити правильну модель соціального підприємства, необхідно шукати: суб'єктивні бачення, які можуть вплинути на вибір і прийняття кінцевої мети, а також наявні ресурси та можливості (які також можуть стимулювати бачення підприємців). Що стосується можливості ефективного проєктування моделі комерційного підприємства на модель соціального підприємства, то найважливіші процеси інституціоналізації стосуються забезпечення вигоди для клієнтів/бенефіціарів з пріоритетом соціальних цінностей над економічними [218].

Отже, бізнес-модель є описом того, як СП функціонує на ринку, як воно встановлює відносини з клієнтами й бенефіціарами, яку цінність воно їм пропонує та як воно отримує прибуток від своєї діяльності. Прогалина у сфері використання бізнес-моделей для соціального підприємства має бути швидко заповнена, особливо в ситуації, коли класичні методи й техніки стратегічного управління все частіше дають збій і старішають у турбулентному воєнному та повоєнному середовищі. Слід зазначити, що аналіз наукових джерел та експертних думок (соціальних підприємців) дав змогу говорити, що в Україні СП найчастіше сприймається як спосіб полегшення соціальних проблем, особливо коли «держава, місцеві органи влади, місцева громада залучають СП до розв'язання певної соціальної проблеми (наприклад, працевлаштування інвалідів, безхатченків, колишніх в'язнів тощо; вирішення екологічних проблем певного регіону, благоустрій міста чи району)»[143, с. 164]. У цьому випадку підприємство безпосередньо працевлаштовує/збирає людей із групи бенефіціарів, організовує свою роботу та продає свою продукцію.

Протягом кількох років, як зазначає, зокрема, А. Свинчук, в Україні спостерігається підвищений інтерес до соціальної політики, зокрема соціального підприємництва. За словами дослідника, «їх можна пояснити, зокрема, двома факторами. Перший – це загальна тенденція в Європі розвивати, як відповідь на кризу соціальної держави, активну соціальну політику та залучати до її реалізації різних соціальних акторів. (В Україні

потреба в соціальній активізації є особливо важливою через високий рівень безробіття, у тому числі тривалого через велику кількість ВПО, людей з інвалідністю, УБД – *А.К.*). Другим, мабуть, навіть більш важливим фактором, який викликав інтерес до соціальної економіки» [141], стало започаткування державних програм:

- «програми з надання роботодавцям компенсацій за працевлаштування зареєстрованих безробітних (Постанова КМУ від 10.02.2023 р. №124)»[108];
- «програма з надання роботодавцям компенсацій на оплату праці за працевлаштованих зареєстрованих безробітних із числа внутрішньо переміщених осіб (Постанова КМУ від 08.09.2015 р. №696)»[115];
- «програма з надання роботодавцю компенсації витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні (Постанова КМУ від 20.03.2022 р. №331)»[117];
- «надання допомоги по частковому безробіттю (Постанова КМУ від 21.06.2022 р. №702)»[116];
- «організація професійного навчання зареєстрованих безробітних на замовлення роботодавців, зокрема й соціальних підприємців (Постанова КМУ від 24.03.2023 р. №264)»[118];
- «надання мікрогрантів на створення або розвиток власної справи (Постанова КМУ від 21.06.2022 р. №738)» [39].

На нашу думку, з огляду на вивчені наукові джерела та підходи дослідників до визначення поняття, СП в Україні – це або застосування належної ділової практики в діяльності некомерційних організацій, або інноваційний підхід до роботи з соціальними потребами. У концепції соціального підприємства однією з фундаментальних ознак є поєднання двох атрибутів – підприємництва та спільноти. Принцип функціонування соціальних підприємств в Україні полягає у впровадженні господарської діяльності, спрямованої на виробництво та обмін продуктами завдяки

залученню різноманітних ресурсів (у тому числі фінансової, матеріальної, фізичної та інтелектуальної праці). Детальний аналіз класифікації бізнес-моделей, зробленої іншими авторами (особливо T. Gołębiowski, M. Dudzik, M. Lewandowska, M. Witek-Hajduk [203]), та з урахуванням класифікації моделей дій, проведеної K. Alter [175], дав змогу створити власну класифікацію бізнес-моделей соціальних підприємств (використану у проведеному дослідженні, що надало можливість визначити ознаки економічної та соціальної ефективності розглянутих моделей).

Дослідження охоплювало суб'єкти (формалізовані, тобто внесені до socialbusiness.in.ua [62]), деякі з яких, відповідно до поточного стану дослідження (у період до набуття чинності статутного визначення соціального підприємства), можуть вважатися соціальними підприємствами. Джерелами інформації про соціальні підприємства є Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (далі – ЄДР) відповідно до ст. 11 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», а також сайти підприємств, сторінки в соціальних мережах, де висвітлюється діяльність СП.

Проаналізовані суб'єкти належать до неурядових організацій, включаючи асоціації, фонди, громадські, релігійні організації, комерційні товариства (товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства), що діють із соціальною метою, а також соціальні кооперативи та робочі кооперативи.

У підрозділі наведено результати дослідження, що охоплюють майже 500 суб'єктів, які були рандомно відібрані із застосуванням стратифікації для забезпечення репрезентативності вибірки, оскільки вся сукупність соціальних підприємств в Україні становить 1000. За даними каталогу соціальних підприємств, «6 років тому в Україні було зареєстровано 150 соціальних підприємств різної організаційно-правової форми – від ГО до ТзоВ» [123]. Але під час дослідження було з'ясовано, що сукупність підприємств, які мають

ознаки соціальних, може сягати майже 1000 підприємств. «Таку різницю ми можемо пояснити тим, що не всі підприємства були внесені до каталогу, бо не всі вони відповідали вимогам реєстрації до нього, зокрема, прозора звітність або публікація річних звітів» [72].

Дослідження охоплювало суб'єкти, які у формулюванні конкретних законодавчих положень можна вважати соціальними підприємствами, а саме асоціації, фонди, релігійні організації, комерційні юридичні компанії (які працюють із соціальною метою), соціальні кооперативи й кооперативи робітників. Під час аналізу було сформовано актуальні бізнес-моделі СП, поява яких на практиці корелювалася з організаційно-правовими формами, видами діяльності та ефективністю діяльності досліджуваних суб'єктів. Результати дослідження, подані у підрозділі, зосереджені на тих фрагментах проаналізованих СП, які стосуються соціальної ефективності бізнес-моделей соціальних підприємств в Україні. Категоріями вимірювання є такі:

1) обсяг генерованого доходу (за наявністю даних);

2) фінансова ліквідність суб'єкта аудиту (джерело: щорічні відкриті звіти СП) та соціальна ефективність;

3) розмір реалізованих соціальних проєктів;

4) кількість реципієнтів цих проєктів.

За допомогою аналізу ми спробуємо знайти пояснення соціальній ефективності бізнес-моделей СП у факторах, що визначають форму, структуру та проведення господарської діяльності (або оплачуваної статутної діяльності). У цьому дослідженні під соціальною ефективністю будемо розуміти ефективність виконання соціальної місії, визначеної в місії самої організації. Найважливішим є визначення мети соціального проєкту, перелік зацікавлених сторін, зокрема визначення того, хто користується соціальною послугою, хто її надає і як. Наступним важливим етапом є визначення того, як будуть досягнуті очікувані ефекти та яку користь отримають від цього учасники, після чого слід здійснювати перевірку та валідацію соціальної ефективності [241].

Результати дослідження, у підсумку дали змогу визначити моделі, які найчастіше використовуються на практиці, а також ті, які виявилися найбільш ефективними. Результати покликані довести, що одним із найважливіших факторів, які впливають на ефективність соціального підприємства, є використання правильної бізнес-моделі. Під час дослідження видів діяльності СП в Україні за 2021–2022 рр. (до 24 лютого 2022 р.), можемо сказати, що працевлаштування соціально вразливих груп населення – це майже 90 % від загальної кількості проаналізованих СП; отримання прибутку для підтримки діяльності організації – 75 %; збільшення прибутку для фінансування окремих видів послуг та забезпечення прибутку для підтримки послуг для окремих груп населення – половина досліджуваних випадків, а саме 50 %; екологія – 35%. Значення корелюють між собою, бо соціальні підприємства часто поєднують кілька напрямів вирішення соціальних проблем, наприклад, інклюзивне кафе «Sunny Coffee» (м. Шепетівка, Хмельниччина) працевлаштовує та соціалізує людей з ментальними порушеннями, а також навчає людей толерантності та спонукає до комфортного співіснування.

Після 24 лютого 2022 р. відбулась трансформація напрямів діяльності СП в Україні, а саме перерозподіл ресурсів: більшість СП, що не припинили діяльність з початком повномасштабного вторгнення, розпочали роботу з внутрішньо переміщеними особами, військовими з різним ступенем інвалідизації, фізичної чи психологічної допомоги, дітьми, батьки яких загинули на війні або продовжують нести службу, – 473 СП.

Соціальні підприємства воєнного періоду почали розширювати мережі партнерів у межах України і всього цивілізованого світу. Аналіз діяльності власне українських соціальних підприємств, а саме їх звітів та сторінок у соціальних мережах, дав змогу виокремити 264 організації, які офіційно уклали угоди з міжнародними благодійними компаніями різних форм власності. Наприклад, доброчинна крамниця «Ясна річ» активно співпрацювала до серпня 2023 р. з ГО «Фундація материнської любові» (ФеМеЛі), ВГ «Харківські Берегині», БО БФ «Незламний Харків»,

БФ «Йордан». Як не парадоксально, але саме війна стала своєрідним каталізатором розширення тісної співпраці між іншими соціальними підприємствами, державними структурами, недержавними організаціями та іншими групами, щоб ефективніше вирішувати соціальні й гуманітарні проблеми. Про свою співпрацю з іншими СП, державними органами влади відкрито заявило 472 СП.

У 379 випадках (з 500 проаналізованих) соціальні підприємства після початку повномасштабного вторгнення почали шукати додаткові джерела доходу, окрім грантів, залучення коштів благодійників з України та світу. Аналіз інформації з відкритих джерел (соціальних мереж) засвідчив, що СП стало важко залучати фінансування через нестабільність економічної та політичної ситуації.

Волонтери стали незамінним джерелом підтримки для таких підприємств під час війни. Співпраця з громадськими організаціями та волонтерами збільшила можливості соціальних підприємств надавати допомогу. Наприклад, одеське СП «Дорогоцінний пластик» після початку війни повністю перейшло на волонтерську допомогу у сортуванні пластику, його зважуванні й зарахуванні коштів на рахунок людини. Тобто буде формуватися особовий рахунок, яким можна керувати: переказувати комусь кошти або обмінювати на виріб. У львівській ГО «Зелена Коробка» на станції глибинного сортування волонтери працюють з понад 20 фракціями вторинної сировини. Це дає змогу зменшити видатки та популяризувати з-поміж населення культуру сортування.

Відтак, актуальність дослідження зумовлена й тим, що після закінчення війни в Україні збільшиться кількість людей з різними ступенями інвалідизації, УБД, ВПО; зруйнована економіка потребуватиме нових зв'язків та підприємств різних форм власності, зокрема й соціальних. Виходячи із ступеня інтеграції реалізації соціальних програм з ринковою діяльністю (і водночас завдяки різному «ступеню внутрішнього чи зовнішнього

впровадження»), соціальні підприємства можуть досягати своєї соціальної мети залежно від ефективного досягнення бізнесу [175].

Завдяки орієнтації на бізнес-модель СП може ефективніше досягати своїх цілей, у тому числі генерувати соціальну й економічну цінність. Порівняння бізнес-моделей комерційного та соціального підприємства засвідчує, що в першому найважливішими є динамічні функції та процеси, а також стратегічні ресурси, тоді як у бізнес-моделі соціального підприємства найважливішими елементами є ключові партнери, ключові ресурси та відносини з клієнтами (і бенефіціарами) [180].

Бізнес-модель СП, яка є одним із визначальних чинників успіху компанії у воєнний та післявоєнний період, вступає у зв'язок із інноваційною бізнес-стратегією та процесами, разом створюючи конфігурацію взаємних економічних та соціальних зв'язків, які формують здатність компанії досягати високої ефективності у вирішені соціальних проблем.

Модель акселератора СП – модель описує алгоритм надання підтримки у веденні бізнесу, а також фінансові послуги. Такі соціальні підприємства стають фінансово самодостатніми, продаючи свої послуги покупцям, і використовують виручені кошти для покриття операційних витрат, пов'язаних з обслуговуванням. Наприклад, громадські ресторани «Urban Space 100» та «Urban Space 500» працюють та генерують прибуток на рівні 80 %, який скеровують виключно на реалізацію громадських проєктів, що розвивають міське середовище Івано-Франківська та Києва.

СП підприємство «Pidopryhora.coworking» надавало свої приміщення для проведення зустрічей, презентацій і лекцій. Частину отриманих коштів скеровували на розвиток СП, а іншу – на ЗСУ. Прикладами бізнес-діяльності, що використовує цю модель, є: фінансові установи, управлінське консультування, професійні послуги (бухгалтерський облік, аналіз ринку, юридичні), технології та продукти для підтримки підприємців.

Акселератор СП «Платформа соціальних змін» – «програма інтенсивного розвитку бізнесу для соціальних стартапів, діючих соціальних

підприємств і мікро- та малих підприємств, що спрямована на розвиток територіальних громад та подолання наслідків війни через створення умов для сталого розвитку підприємництва сільських територій» [157]. ГО «УкрПростір» оголосила у прифронтовому місті Запоріжжя конкурс грантів для жінок на підвищення економічної стійкості: для старту власної підприємницької справи; започаткування нового напряму бізнесу; з метою розвитку соціального підприємництва; підвищення кваліфікації за професією; проходження навчання за новою професію; отримання гранту в розмірі 41 000 грн. «Це стало можливим завдяки проєкту «Посилення ґендерного реагування та запобігання насильству щодо жінок і дівчат у гуманітарній кризі та кризі біженців в Україні», який реалізує в Запорізькій області Структура ООН «Жінки в Україні» у партнерстві з громадською організацією «УкрПростір» за фінансової підтримки уряду Японії. До участі в ньому запрошують жінок ВПО та місцевих жінок вразливих категорій, які проживають у місті Запоріжжя та в Широківській громаді Запорізької області» [165]. Модель СП «ГО "Укрпростір"»передбачає, що власне програма навчання жінок у кризовій ситуації і є соціальною та базується на залучення грантів. Акселераційна програма Українського фонду стартапів, ГО «Silab Ukraine», БО МБФ «Імпакт Хаб Одеса», ГО «Фонд «Професійний розвиток Запоріжжя», ГО «Фонд "Професійний розвиток Харкова"», ГО «Фонд "Професійний розвиток"» (м. Кривий Ріг), Благодійна організація «Фонд родини Нечитайло», компанія «Метро Кеш енд Кері Україна», Український соціальний венчурний фонд, «Спільнокошт», «Українська соціальна академія», «Благодійна організація "Український форум благодійників"».

Модель посередника на ринку – ця модель соціального підприємства пропонує цільовій групі, якою є дрібні виробники (окремі особи, компанії чи кооперативи), послуги, що покращують їхній доступ до ринку. Послуги такого соціального підприємства збільшують вартість товарів, які виробляють його клієнти. Найпоширенішими послугами є: кредити, допомога у виробництві та

маркетингу, розробка продукту. СП «Моїм. Рідним» орієнтоване на підтримку творчих літніх жінок у селах Сумської області. Засноване на ідеї продавати продукцію сільських жінок, тим самим забезпечуючи додатковий дохід. Як сказано на сайті проєкту, «з початку повномасштабного вторгнення нам вдалося додати ще й волонтерський напрям допомоги Збройним Силам України до діяльності. Ініціювали його жінки, які є у нашому проєкті із самого початку заснування, залучивши односельців до виготовлення окопних свічок, пошиття тактичних аптечок, виготовлення маскувальних сіток тощо» [18].

СП перекваліфікувалися на пошиття балаклав та шапок для ЗСУ, всього було відправлено 50 шт. на фронт. СП має два види доходів: від продажу готової продукції та благодійні внески – «зібрали на невеликі потреби з моменту повномасштабного вторгнення в сумі близько 100 000 грн» [18]. Показовим кейсом для розгляду моделі ринкового посередника є СП «Вбрані», яке почало розвиватися у лютому 2021 р. Команді волонтерів, які опікувалися першими бабусями-майстринями із геріатричного пансіонату, хотілося залучити до підприємництва більше жінок [16]. Засновниця СП О. Бриндзак разом із волонтерами відвідувала один із львівських геріатричних пансіонатів, де спілкувалися із мешканцями закладу, організовували для них дозвілля, вітали зі святами, однак забезпечити всі базові потреби мешканців пансіонату волонтери не могли [16], тому було створено платформу для продажу речей, виготовлених мешканцями геріатричного пансіонату, як додаткової можливості заробити кошти. Як зауважує автор матеріалу про СП для літніх жінок О. Бодняк, «сьогодні, під час пандемії та війни, до роботи соціального підприємства “Вбрані” залучено до 20 жінок із різних куточків України віком від 60 і до майже 90 років і 10 молодих волонтерів. Вироби від бабусь замовляють для корпоративних подарунків консалтингові фірми, ІТ-компанії і великі благодійні фонди. У планах – експорт виробів у США» [16]. СП для розвитку мережі працівників, для залучення більшої кількості бажаючих заробити використовує оголошення в паперових газетах, враховуючи традиційну прихильність до цього ЗМІ літніх людей, а продаж готових виробів

здійснює через соціальні мережі – Facebook, Instagram, TikTok. Як зазначає О. Бодняк, «зараз шкарпетки, рукавички, підтарільники і авоськи для «Вбраних», окрім мешканок геріатричного пансіонату, в'яжуть жінки із Закарпатської, Волинської, Чернігівської, Івано-Франківської і Тернопільської областей. Під час війни до в'язальниць долучилися і дві вимушені переселенки – окрім заробляння грошей, ця робота допомагає їм адаптуватися на новому місці» [16].

Фінансова самодостатність досягається соціальним підприємством шляхом реалізації продукції, виробленої соціально вразливими групами населення. Дохід покриває операційні витрати, а також витрати на підтримку розробки продукту та маркетинг. Розподіл доходу: «50–60 % від вартості проданого товару отримують майстрині – за кожен створений ними виріб. Решта коштів витрачається на бірки, пакування, логістику тощо» [16]. Під час війни частину доходів СП скеровують на допомогу ЗСУ та на благодійні кошики для мешканців прифронтових територій. Перемога в конкурсі від Social Impact Award, що є найбільшим соціобізнесовим інкубатором для молоді в Європі, дало змогу команді пройти 4-денну навчальну програму у Відні, наслідком цього стала підготовка партії виробів, які «відправлять у Чикаго, де їх популяризуватимуть волонтери з української діаспори» [16].

У цій моделі підприємницька діяльність також є соціальною програмою, основною метою якої є зміцнення ринків і створення умов для фінансової безпеки клієнтів шляхом підтримки розвитку та продажу їх продукції. Аналогічне СП «Babushkamade» було засноване киянкою А. Сухецькою з метою забезпечення «жінок пенсійного віку стабільним підробітком, а всіх бажаючих – гарними і м'якими плетеними аксесуарами, які дарують тепло, затишок і позитивний настрій» [2]. Було організовано продаж в'язаних речей через соціальні мережі та інтернет-магазин.

Модель працевлаштування – у цьому випадку цільовою групою соціального підприємства є люди, яким важко знайти роботу. Під час дослідження було з'ясовано, представників яких соціально незахищених

категорій найчастіше працевлаштовують у СП: жінки у кризі – 52 СП із 500 випадків; ветерани АТО – 76 СП; незрячі та слабкозорі – 23 СП зі 500; глухі та слабкочуючі – 21; алко- та наркозалежні – 16; люди з ментальною інвалідністю – 87; школярі – 26 випадків; ВПО – 98 випадків; люди з інвалідністю – 35 випадки із 500; безпритульні люди – 45; літні люди 60 + – 53 СП; ВІЛ-позитивні – 26; колишні ув'язнені – 12 випадків зі 500 СП; родичі хворих людей – 15; священники – 21 випадок; національні меншини – 47 СП. У цій моделі підприємницька діяльність також є соціальною програмою, метою якої є створення можливостей для працевлаштування клієнтів. Під час аналізу ситуації навколо СП ми можемо виділити типові приклади суб'єктів господарювання та позначити кількість випадків цілеспрямованого вибору певного типу: пекарні/кондитерські – 120 СП; кафе/кав'ярні – 194; музей/хаб/коворкінги – 87 СП; столярні майстерні – 47 СП; станції сортування сміття/лабораторії переробки – 167 СП; пасіка/ферма – 62 СП; виробництво одягу, текстильних виробів/швейні майстерні – 234 СП; крафтові речі – 80 СП; магазини секондхенд/онлайн-магазини/маркетплейс – 78. Благодійна крамниця та майстерня добрих справ «Емаус-Оселя» у Винниках (Львів) почала свою діяльність як СП і надавала тимчасове житло та обіди для безпритульних з подальшим їх працевлаштуванням в реставраційній майстерні при СП. Саме в «Емаус-Оселя» починав працювати безпритульний 19-річний хлопець Сашко Горонді, тепер засновник бренду «Horondi», речі якого мегапопулярні, їх купують по всій Україні та за її межами. Він увійшов до списку «30 успішних людей до 30 років» від Kyiv Post.

Модель «плата за послуги» – СП, засноване на цій моделі, надає соціальні послуги окремим особам, компаніям, громадам. Використовується найчастіше з-поміж некомерційних організацій. Лікарні, клініки, музеї, школи, асоціації виробників та членські організації є типовими прикладами соціальних підприємств, заснованих на цій моделі. Підприємство, яке працює за цією моделлю, веде господарську діяльність разом із реалізацією соціальної програми, основною метою якої є надання соціальних послуг у галузях, у яких

воно працює, тобто освіта й охорона здоров'я. Типові приклади учасників: членські організації, асоціації виробників, школи, музеї, лікарні та клініки. Яскравим кейсом розглянутої моделі є «Музей у темряві "Третя після опівночі"», що пропонує послуги – екскурсії, концерти та вечері у темряві за участі незрячих екскурсоводів і музикантів. Соціальна складова СП виявляється в такому: «руйнуємо бар'єри у спілкуванні між зрячими та незрячими; збільшуємо працевлаштування незрячих; робимо мистецтво доступним для всіх» [86]. СП пропонує кілька послуг, наприклад, вечеря в темряві – «досвід, який не лише змусить подивитись на світ по-новому, але й подарує купу нових позитивних вражень. Крім того, вечері мають й важливу соціальну складову – прибуток з них буде спрямований на безкоштовні екскурсії в нашому музеї для діток з вразливих груп населення» [86]. Частину коштів СП скеровує на безоплатні екскурсії для: дітей переселенців; дітей з інвалідністю; дітей без батьківської опіки; військових та їхніх сімей. Це допомагає зрячим людям краще зрозуміти світ незрячих. «Музей у темряві «"Третя після опівночі"» завдяки частині своїх прибутків та завдяки благодійності відвідувачів організовує допомогу військовим, а саме відновлення їх зору. На сайті СП зазначено, що «на зібрані кошти Дніпровська обласна клінічна офтальмологічна лікарня "Докол" зможе провести операції для понад 200 захисників» [86]. Відкрита майстерня «Bobry.in.ua» у м. Суми пропонує послуги своєї технічної бази для реалізації будь-яких творчих ідей на 3D-принтерах і верстатах. Майстри закладу також можуть навчати та виступати менторами під час виконання індивідуальних проєктів. Частина прибутку від реалізованих ідей іде на втілення соціально орієнтованих проєктів в Україні, зокрема в Сумах.

«Освітній простір Юлії Семенюк» завдяки гранту від акселератора «Платформи соціальних змін» у м. Рівне надає освітні послуги ментальної математики та став унікальною платформою, «яка за допомогою авторських методик перетворює навчання дітей на захопливий та цікавий процес» [96]. Вартість групових занять у цьому проєкті є досить доступною порівняно з

іншими пропозиціями на ринку. Крім того, передбачено безоплатне навчання дітей, які постраждали внаслідок війни [96].

Модель полегшення доступу до послуг і продуктів – це версія платних послуг, але акцент зроблено на забезпеченні незаможних клієнтів доступом до послуг і продуктів, які вони собі не можуть дозволити. У цій моделі реалізація соціальної програми здійснюється як частина підприємницької діяльності, шляхом полегшення доступу до послуг і продуктів, які покращують здоров'я клієнтів, рівень їх освіти, якість життя. Дохід, отриманий у цій моделі, використовують для покриття операційних витрат, витрат на маркетинг та рекламу. Досягти фінансової рентабельності складно через низькі доходи цільової групи. Звідси компанії змушені використовувати інноваційні канали збуту, знижуючи витрати виробництва, використовуючи доходи з інших джерел. Найчастіше цією моделлю користуються підприємства сфери охорони здоров'я, освіти, техніки та комунальні господарства. Показовим кейсом є СП «Університет третього віку "Європейський"», що розташований у Києві. У начальному закладі цифровій грамотності навчають пенсіонерів, а саме як користуватися кредитними картками й соцмережами, відкривати депозити. Навчають також фінансовій грамотності та супроводжують у відкритті власної справи, що дає змогу літнім людям соціалізуватися і не припиняти активного життя.

Джерелами доходу частково є донати від людей, які були готові допомогти. Як сказано на сайті СП, «основна частина – це самофінансування, тобто учасники самі оплачують своє навчання. Вартість навчання становить від 380 до 650 гривень, хоча вона не повністю покриває всі витрати. У приблизно 80 відсотках за бізнес-освіту платили діти пенсіонерів, які не могли самостійно "диджиталізувати" своїх батьків» [51]. Сайт «Ba&Di Freelance» – це СП, яке допомагає літнім людям знайти роботу і соціалізуватись у місті, надаючи різні послуги. Ідея належить групі пенсіонерів, які допомагають одноліткам шукати підробіток чи заняття у вільний час: «нянями на кілька годин, приготувати вечерю, доглянути за домашніми улюбленцями чи зробити

дрібний ремонт. Зараз проєкт допомагає з роботою 30 пенсіонерам. Поки що «Ba&Di Freelance» перебуває на самофінансуванні, а також допомагають волонтери не байдужі люди» [53].

Модель кооперативу – ця модель соціального підприємства надає членам кооперативу прямі вигоди, а саме: інформацію, технічну допомогу, можливості для ведення колективних переговорів, доступ до послуг і продуктів, послуги з розвитку бізнесу, доступ до зовнішніх ринків для продуктів. Членами кооперативу є, як правило, дрібні виробники схожої продукції або люди, які належать до однієї громади та мають спільні потреби. Найважливішими пайовиками кооперативів є їх члени, вони користуються перевагами доходу, зайнятості або послуг, жертвуючи власним часом, продуктами, роботою та грошима. Інклюзивна теплиця на Вінниччині була організована мамами, у яких діти мають різні спектри аутизму, за допомогою Асоціації захисту прав та допомоги людям з інвалідністю «Відкриті серця», що допомагає із соціалізацією і трудовою зайнятістю молодим людям, які мають тяжкі форми інвалідності. Відтак, було створено унікальне місце спілкування та соціалізації для таких дітей, які ще й мають такий вид зайнятості, як вирощування зелені, квітів та овочів. Керівниця соціальних майстерень А. Прядкіна відзначає, що завдяки цьому вони «забезпечують городиною себе та свої родини» і що тут працюють «молоді люди з інвалідністю. Ми хочемо, аби діти відчували себе потрібними та не були самотніми» [170]. Ідею інклюзивних теплиць запозичили з Польщі.

Модель кооперативу чітко втілюється в інклюзивній кондитерській студії «ФіолЄтово» (Луганськ – Ужгород). Силами батьків було організовано кондитерське-кафе, де молодь з ментальними вадами розвитку могла працювати та соціалізуватися водночас. У СП працює 8 людей з РАС, що становить 90 % від усього персоналу. Ідея батьків-організаторів – робити якісну продукцію попри діагнози, довести, що «над інклюзивним навчанням та працевлаштуванням людей із ментальними вадами стоїть якісна продукція,

а не навпаки. «ФіолЄтово» – це боротьба зі стереотипним баченням у суспільстві людей з інвалідністю» [162].

Модель субсидування послуг – у цьому випадку СП продає послуги та продукти на зовнішньому ринку, а отримані доходи спрямовує на реалізацію соціальних програм. Реалізація соціальних програм і підприємницька діяльність частково збігаються, розділяючи витрати, діяльність, доходи. Хоча ця модель в основному використовується як механізм фінансування (цілі соціальної місії відрізняються від цілей бізнесу), бізнес-активність може посилити або розширити місію організації. Некомерційні організації, які створюють соціальні підприємства за цією моделлю, здійснюють різні види господарської діяльності, переважно використовуючи власні матеріальні та нематеріальні активи як основу підприємницької діяльності. Ця модель є найпоширенішою, оскільки її можуть застосовувати будь-які типи некомерційних організацій. На основі моделі субсидування послуг соціальні підприємства можуть здійснювати будь-яку господарську діяльність. Відтак підприємства, які використовують нематеріальні активи (такі як експертиза, методологія, інтелектуальна властність), прагнуть до надання послуг, які комерціалізують ці активи, наприклад консультування, маркетинг або професійне навчання для безробітних. А ті, хто використовує матеріальні активи (землю, будівлі, обладнання, персонал, комп'ютери), мають можливість вести будь-яку діяльність, пов'язану з використанням основних засобів та інфраструктури.

Ефективним кейсом соціального підприємництва з урахуванням цієї бізнес-моделі є «Trava.UA», яке розпочало свою роботу у березні 2018 р. Організатори цього СП зазначають, що філософія підприємства – це екологічність думок і дій, інвестиції в культуру та розвиток дітей. Щоб створити соціальну цінність, «Trava.UA» створює комерційну цінність, чаї, екскурсії, екокейтеринг, ретрит, які пропонує споживачам. Відтак у діяльності соціального підприємства основна соціальна мета залежить від ефективного досягнення бізнес-мети. Бізнес-модель для СП «Trava.UA» можна описати «як

канал, за яким соціальний підприємець перетворює матеріальні та нематеріальні активи на результати; створення як соціальної цінності (вимірний вплив), так і економічної цінності (дохід)» [243]. Місцем збору дикорослих трав для продукції СП є Карпати (Верховинський район). Прянощі вирощують «на своїй землі, контролюючи повний цикл: від маленького паростка до готового продукту» [159].

Мета соціального підприємництва – це допомогою дітям, які опинились у складних життєвих обставинах, а також популяризація якісної, екологічно чистої натуральної продукції, розвиток екологічної та підприємницької освіченості, розвиток малого аграрного бізнесу в Україні. Як зазначено на сайті проєкту, «наша місія – у поширенні культури сталого стратегічного розвитку громадянського суспільства – дітей і молоді. Сприяння становленню ідеї філантропії в Україні засобами соціального підприємництва» [159]. Бізнес-стратегія «Trava.UA» – це набір довгострокових цілей діяльності компанії, а саме розвиток регіонального агробізнесу, благодійна допомога дітям і дорослим, вирішення екологічних проблем. Бізнес-модель «Trava.UA» – це опис архітектури підприємства, впровадження якої спрощує можливість досягнення цих цілей. Така модель більше зосереджена на внутрішній системі компанії – просуванні ідеї екологічного агробізнесу та ретриту для кожного та створенні економічної цінності. Цю бізнес-модель легко зрозуміти: прозорість і легка «читабельність» є основою стратегічного мислення СП, для якого отримання прибутку є важливим у контексті можливостей досягнення соціальної мети. Бізнес-модель і стратегія «Trava.UA» є двома відмітними елементами, які поєднують міцні взаємозв'язки цілеспрямованості та сумісності (перевірка пріоритетності-послідовності дала змогу припустити, що на часовій шкалі економічного підприємства бізнес-модель випереджає прийняту стратегію). СП «Trava.UA» активно сповідувало екофілософію, наприклад, фасування продукції у фірмових сувенірних коробках з картону, паперових пакетах з вторинної сировини чи круглих подарункових дерев'яних коробках або ж пропонувало знижку 3 % та бонуси за замовлення чаїв у Zero

Waste, в екопакунках (паперові пакунки підписані олівцем або чорнилом, без наліпок та типографського друку). Засновники СП також зазначають, що під час пакування продукції не використовують скотч або інші агресивні матеріали, що забруднюють землю. Розглянуте СП активно співпрацює з Товариством сліпих, де замовляють пакунки для продукції. Також СП відзначає, що 15 % чистого прибутку вони інвестують на вирішення соціокультурних завдань на сході України (Міжнародний дитячий волонтерський проєкт «Вишиті Мрії П та друзів», культурно-освітні заходи, екологічні акції та інші активності) [159].

Соціальна складова СП «Trava.UA» полягає в такому: апсайкл (upcycle) – вторинне використання речей; ZeroWaste – шлях до мінімізації відходів; Sustainable fashion – філософія споживання і виробництва одягу; Waste managment – менеджмент поводження з відходами; Recycle – переробка, повторний цикл використання. Отже, можна вважати, що СП «Trava.UA» є організованою формою діяльності допомоги та функціонує як «ринково орієнтована» в мікро-, мезо- і макросередовищі, на основі законів, що є чинними в Україні, та здатна застосовувати бізнес-методи, для яких реалізація визначених соціальних місій є важливішою, ніж отримання прибутку. По-друге, «Trava.UA» – це організована форма допомоги, ринково-функціональна, яка застосовує комерційні стратегії для максимізації потенціалу для досягнення фінансових і соціальних цілей. По-третє, СП «Trava.UA» зосереджується на економічній та соціальній ефективності.

Модель маркетплейсів – завдання соціального підприємства, заснованого на цій бізнес-моделі, полягає у створенні середовища, яке підтримує торговельні відносини між цільовою групою, тобто малими виробниками, місцевими компаніями та зовнішнім ринком. Тут СП виступає комерційним посередником, який з'єднує покупців з виробниками та функціонує за рахунок сплати за послуги. Цей тип соціального підприємства спрямований не на продаж або просування товарів, а радше на підключення їх до ринку. Доходи від підприємницької діяльності спрямовуються на

фінансування соціальних програм. Соціальні підприємства, що працюють за моделлю маркетплейсів, використовують асоціації виробників, програми партнерства в приватному секторі та програми розвитку бізнесу.

Яскравим прикладом бізнес-моделі маркетплейсу є платформа «Pear Shop» (Тернопіль), на якій українські митці після 24 лютого 2022 р. виставляють мерч зі своїм патріотичним дизайном і отримують 15 % від продажу виробів. Однойменне рекламне агентство забезпечує повністю весь процес: від виготовлення й реклами до пакування й доставки клієнтам. Розподіл доходу є таким: 10 % від продажу виробу отримує автор або авторка дизайну, ще 10 % скеровують на підтримку армії. Соціальна складова СП – просвітницькі заходи про важливість авторського права в Україні та популяризація патріотичної продукції українських митців закордоном як спосіб розповісти всю правду про війну. Маркетплейс «Це Крафт» з Нової Каховки з релокацією до Умані – торговельна платформа для українських локальних виробників. У листопаді 2021 р. платформа об'єднала 51 крафтовика, загалом малі підприємці пропонували 700 товарів. Сьогодні сайт «Це Крафт» об'єднує 27 виробників з усієї України, які пропонують 773 товари. Про себе підприємтсво говоритьтак: «50% прибутку маркетплейсу ми вкладаємо у власний благодійний фонд "Це Крафт" та до "Револьверного фонду" – надаємо поворотні кошти підприємцям на масштабування діяльності, потім люди їх повертають» [19].

Ці приклади демонструють широкий спектр застосування соціального підприємництва в Україні та його важливий внесок у розв'язання соціальних проблем, підтримку спільнот та досягнення позитивних змін у суспільстві. Значущість соціальних підприємств у країні продовжує зростати, тому їхній внесок у спільне добро ще буде збільшуватись у майбутньому. На нашу думку, найоптимальніший і близький опис СП в Україні – це економічна діяльність у формі соціального підприємства, яке розуміється по-різному і яке, окрім економічних цілей, тобто забезпечення якщо не прибутку, то принаймні самоокупності, також керується соціальними цілями, орієнтованими

насамперед на кожного, щоб створити робочі місця для представників вразливих категорій населення. Під час аналізу роботи СП в Україні ми з'ясували, що особливістю, яка відрізняє соціальні підприємства від підприємств без соціального атрибута, є, з одного боку, використання специфічних ресурсів, а з іншого, конкретна місія, яку ці підприємства виконують. Зрозуміло, що соціальні підприємства базуються на ресурсах, розроблених у конкретній місцевій громаді, що є інвестицією в цю громаду. Найважливішим компонентом місії цих підприємств є зосередження на соціальній інтеграції в масштабі цієї місцевої громади, що найчастіше виявляється у професійній та економічній активізації соціально відчужених або тих, хто перебуває під загрозою відчуження.

З початком повномасштабного вторгнення харківська туристична компанія «Park and Fly» припинила свою основну діяльність – організація подорожей українців, проте почала безкоштовно шукати для харків'ян доступне та соціальне житло в Європі й Америці. Але це не може бути підставою для визначення туристичної агенції «Park and Fly» як СП [213]. Аналізуючи практики СП в Україні, ми також можемо відзначити особливу важливість зв'язку «спільноти» підприємства з місцевим соціальним капіталом. Здається, це має велике значення для виконання місії, поставленої перед такими стартапами. Базування діяльності соціальних підприємств на ресурсах, пов'язаних з місцевими громадами, залучає та активізує ці громади. Слід підкреслити специфіку соціальних підприємств в Україні, яка полягає в тому, що вони зазвичай не мають фінансових і професійних ресурсів порівняно з комерційними організаціями. На відміну від комерційних підприємств, соціальні підприємства мають проблеми з управлінням персоналом, оскільки в них часто працюють люди з низьким рівнем кваліфікації. Ефективність СП особливо залежить від наявності сильного лідера, який, розвиваючи свої лідерські навички через набуття знань і досвіду, може досягти відмінних результатів, які нададуть можливість якнайкраще використовувати здібності своїх співробітників.

Власник невеликого підприємства «УкрМода» (інтернет-магазин вишиванок, який був заснований у 2012 р) А. Глумаков виступав спонсором таких заходів, як «Мегамарш у вишиванках» та «ШеФест». Паралельно також було започатковано благодійність – дарувати вишиванки в рамках проєкту «Видатні українці», мета якого полягала в тому, щоб подарувати вишиванки обраним волонтерам, лікарям, художникам. Було налагоджено допомогу дитячим будинкам і онкохворим дітям. Після повномасштабного вторгнення росії в 2022 р. бізнес повністю зупинився, тому було прийнято рішення зосередитися на гуманітарній допомозі, яка полягає в тому, щоб заправляти вантажівки їжею та доставляти її тим, хто цього потребує [201]. У м. Запоріжжя Р. Нестеренко (ВПО з 2014 р., м. Донецьк) відкриває невеликі продуктові магазини в прифронтових населених путктах Запорізького району, таких як Малокатеринівка, Солоне та Кам'яне. Бере на роботу місцевих мешканців, облаштовує пункти видачі гуманітарної допомоги в приміщеннях магазину [224]. Завдяки цьому у місцевих постачальників з'являються нові можливості для реалізації продукції, що опосередковано також покращує ситуацію на місцевому ринку праці. Результати дослідження свідчать про те, що попит названих організацій на певну модель найчастіше пов'язаний або з підприємництвом, побудованим навколо фандрейзингу, або з отриманням фінансової підтримки, на основі якої будується ринкова діяльність і соціальна активність.

Дослідження засвідчує, що фонди віддають перевагу фандрейзинговій та підприємницькій моделі (часто також обирають цю модель для СП), асоціації найчастіше обирають модель підтримки та комплексну/комбіновану модель, неприбуткові компанії переважно використовують модель соціального підприємця – гравця на ринку, а кооперативи (особливо соціальні) зазвичай використовують модель найму. При подальшому детальному розгляді моделей видається доречним підкреслити різницю між моделями СП і моделями без СП.

СП найчастіше обирають фандрайзингову та підприємницьку модель, а не-СП (24 %) модель підтримки. Можна зазначити, що підприємництво у разі використання фандрайзингової та підприємницької моделі розуміють як особливість діяльності, спрямованої на забезпечення раціональної та ефективної координації економічних ресурсів [238]. У поширеному розумінні підприємництво сприймається як сукупність видів діяльності, спрямованих на створення нових компаній. Аналіз моделі соціального підприємства зосереджений на питанні впливу вибору цієї моделі на структуру доходів. організації. Використання моделей, безсумнівно, є чинником, який впливає на ефективність соціального підприємства. Бізнес-модель є основою будь-якої організаційної стратегії. Бізнес-модель соціального підприємства створюється через логічне поєднання таких елементів: цінність запропонованої пропозиції, оцінка ресурсів (і відповідних стратегій), канали розподілу, відносини з клієнтами, партнерська мережа, оцінка середовища та модель доходу. У розглянутій бізнес-моделі соціального підприємства найважливішими елементами є: ключові партнери, ключові ресурси та відносини з клієнтами (і бенефіціарами), а її рушійна сила визначається індивідуальними характеристиками соціального підприємця, людськими ресурсами та інноваціями в галузі економічної діяльності, спрямованої на формування певного виду соціального капіталу.

Результати аналізу підтвердили припущення щодо взаємозв'язку між ефективністю діяльності СП та вибором відповідної моделі. Ефективність, про яку йдеться, також безсумнівно залежить від організаційно-правової форми, середовища, підтримки, участі в партнерствах та використання державної допомоги (включаючи, зокрема, податкові пільги). Дослідження засвідчило, що серед проаналізованих моделей, обраних СП, найчастіше використовуваними є модель підтримки, модель фандрайзингу та підприємництва та комплексна/комбінована модель. З іншого боку, найефективнішою моделлю, тобто такою, що дає найбільший дохід, є модель соціального підприємця – гравця ринку, так звана запатентована модель та

модель оператора меценатської й благодійної діяльності, що діє в мережі організації.

Дослідження доводить, що для ефективності бізнес-моделі СП найважливішою є правильно підібрана бізнес-діяльність. Державна допомога менш важливою для соціальних підприємств. Розглядаючи проблему соціальної ефективності бізнес-моделі СП, необхідно підкреслити особливу роль соціального підприємця, його мотивацію, організаційні особливості та вміння бачити можливості та правильно їх використовувати. Також для бізнес-моделі СП важливо правильно визначити цільовий ринок. СП має орієнтувати свої послуги (продукти) не на «анонімний» масовий ринок, а на конкретні групи (при виборі правильної бізнес-моделі). Вибір бізнес-моделі залежить від основних елементів, які визначають СП як систему, що складається з багатьох факторів, включаючи структуру, середовище та послуги (виробництво). Прогалини у використанні бізнес-моделі для соціального підприємства мають бути швидко заповнені, особливо в ситуації, коли класичні методи та техніки стратегічного управління все частіше дають збій і старішають у турбулентному середовищі. Також варто розглянути галузі, у яких працюють СП: найбільше суб'єктів господарювання (392 неприбуткові компанії) надають послуги компаніям, організаціям та органам публічного управління. До найпопулярніших галузей також належать: гастрономія (65), торгівля та інші послуги (60), будівництво (57). Найменше неприбуткових компаній працюють у таких сферах: економіка (4), муніципальне обслуговування (5) та ІТ. Помітно, що в найпопулярніших галузях для некомерційних компаній з'являються найбільші можливості працевлаштування. Варто пам'ятати, що некомерційні компанії, включені до бази даних соціальних підприємств, мають відповідати умовам щодо мінімальної заробіної плати та рівня працевлаштування осіб, які перебувають у невигідному становищі на ринку праці. Отже, на основі спостережень, отриманих у результаті проведеного дослідження, а також аналізу існуючих законів (або проєктів) в обговорюваній сфері можна дійти висновку, що бізнес-модель соціального підприємства в

умовах України – це конкретна модель роботи (рецепт успіху), у якій економічна цінність пропозиції (створена за допомогою використання ключових процесів і матеріальних ресурсів, а також у результаті підтримки ззовні ринкового сектора) є лише підпорядкованою метою на шляху до досягнення головної мети, яка полягає у створенні соціальної ціннісної пропозиції.

Типові ознаки соціального підприємства:

- прагне створити соціальні зміни шляхом вирішення соціальних проблем;
- намагається задовольнити соціальні потреби стабільним способом;
- в основному працює на бенефіціарів;
- оцінює прибуток відповідно до створеної соціальної корисності та економічної ефективності підприємства.

Діяльність, спрямована на досягнення соціальної цінності, може створити нові перспективи. В Україні відсутність закону про соціальні підприємства, які діють на перетині комерційної та некомерційної діяльності, перешкоджає їх чіткій ідентифікації та їх відносинам у сфері міжгалузевої співпраці, зокрема з державним та бізнес-секторами. Говорячи про можливість використання моделей комерційних підприємств для соціальних підприємств, слід пам'ятати про застереження, які виникають при спробі безпосередньо застосувати бізнес-моделі. Слід підкреслити необхідність побудови власних моделей соціальних підприємств, у яких створення соціальної цінності має найбільше значення. Моделі та правові рішення, які використовують суб'єкти господарювання, можуть бути використані для соціального підприємства в широкому діапазоні. Ці можливості визнає та передбачає проєкт нового закону про соціальні підприємства, який багато в чому посилається на моделі, розроблені комерційними підприємствами.

Ми пропонуємо авторську інтерпретацію соціального підприємства у вигляді модельної конструкції (рис.2.1), у якій (аналізуючи бізнес-моделі соціальних підприємств) можна виділити такі компоненти:

а) цінність запропонованої соціальної (для бенефіціарів) та економічної (для клієнтів) пропозиції;

б) оцінка ресурсів (і відповідних стратегій);

в) канали розподілу;

г) відносини з клієнтами;

д) партнерська мережа;

е) підприємницька діяльність.

Рис. 3.1. Модель соціального підприємства в Україні (розробка автора).

Слід підкреслити, що серед так визначених бізнес-моделей соціального підприємства особливе місце посідає модель зайнятості, спрямована

насамперед на створення робочих місць для безробітних та соціально незахищених верств населення.

3.2. Соціальне підприємництво як інструмент сучасної соціальної політики

Саме від політичної парадигми держави залежить рівень залученності державних інституцій до визначення поточних і майбутніх соціальних цілей, шляхів їх реалізації та оцінювання результативності. Це має на меті компенсувати соціально несприятливі наслідки комерційного бізнесу, вирівняти рівні розвитку регіонів і місцевих громад. Особливо актуально постане питання рівнів розвитку ОТГ в післявоєнній розбудові держави. Проєкти, які здійснюються щорічно, охоплюють мільйони гривень, тому організація соціальної допомоги, а ширше – соціальна політика має відповідати критерії ефективності. На сайті Міністерства економіки України сказано: «Загалом від початку запуску проєкту “єРобота” у липні минулого року за програмою “Власна справа” видано 3 727 мікрогрантів на 876 млн грн. На розвиток переробних підприємств видано 239 грантів на 1,3 млрд грн, на садівництво – 74 гранти на 152 млн грн, на розвиток тепличного господарства – 10 грантів на 51 млн грн» [50]. Соціальні контракти мають бути важливим інструментом активної соціальної політики. У преамбулі Закону України «Концепція соціальної держави України» можемо бачити такі тези: «Активна та ефективна соціальна політика повинна стати міцним підґрунтям всебічного інноваційного, соціального розвитку країни, інтегрування в Європейський Союз, підставою для розбудови соціальної держави з конкурентоспроможною соціально орієнтованою ринковою економікою, здатною забезпечити людський розвиток, гідний рівень і якість життя громадян» [70]. Бенефіціари мають стати незалежними, а платники податків мають бути переконані, що їх кошти витрачаються не даремно.

Принцип формування довіри до держави має керувати кожною громадською діяльністю. Однак історичні умови – територіальний поділ, а потім епоха комунізму – призвели до того, що рівень довіри мешканців України до основних інститутів суспільного життя є низьким. Результати соціологічного опитування, яке проводила соціологічна служба Центру Разумкова з 22 лютого до 1 березня 2023 р. в рамках проєкту Програми MATRA, що фінансується Посольством Королівства Нідерландів в Україні, засвідчують, що більшість респондентів висловлюють недовіру державному апарату (чиновникам) (їм не довіряють 64 %), політичним партіям (63 %), судам (судовій системі загалом) (59 %), Верховній Раді України (51 %) [99].

Важливою є зміна неформальних інститутів. Формування установки поваги до закону та чесності у сфері зайнятості є необхідним з точки зору ефективності соціальної політики. До інших якостей ефективності належать пунктуальність, оперативність, цілеспрямованість [25] Дослідник М. Головатий також називає кооперацію та стандартизацію процесу [26]. Перевагою ефективності є результативність, тобто отриманий за певний час результат порівняно з певною еталонною одиницею, що є основою для її створення. Наприклад, «операційна ефективність – це кількісні результати роботи, отримані за певний період часу» [101]. На думку Р. Рудої, ефективність слід розуміти як співвідношення між вкладом і ефектом, зусиллями до результатів, витратами до доходу, витратами до досягнутого задоволення. Однак слід мати на увазі, що поняття ефективності включає як ефективність роботи, так і ефективність використання матеріалів [136].

Досідники А. Кондрашихін і Т. Пепа слушно зауважують, що універсального критерію ефективних дій не існує, а метод оцінювання цього активу залежить від прийнятих критеріїв [68]. Урахування періоду часу як критерію типології дає змогу виділити динамічну ефективність, пов'язану зі здатністю розвиватися в довгостроковій перспективі, і статичну ефективність, пов'язану з концепцією оптимальності за законом Парето. Зрештою можна виділити економічну ефективність, пов'язану з оптимальним розподілом

факторів для створення конкретних товарів і послуг, та технічну ефективність, що дає можливість оцінити використання ресурсів з точки зору технологій, що застосовуються. Підсумовуючи вищевикладені наукові тези, можна зауважити, що без чіткого визначення критеріїв оцінювання ефективності соціальної політики її будуть оцінювати фрагментарно або вона залишиться лише декларованою категорією.

Розглянемо на прикладі програм, які реалізуються в рамках соціальної політики, прийняті методи оцінювання досягнення мети цих програм. Так, 11 січня 2018 р. українським Урядом було затверджено Стратегію державної політики з питань здорового і активного довголіття населення на період до 2022 р. Цю Стратегію розроблено з метою реалізації Мадридського міжнародного плану дій з питань старіння, а також для забезпечення створення сприятливих умов для здорового старіння та активного довголіття, адаптації суспільних інститутів до подальшого демографічного старіння та розбудови суспільства рівних можливостей для людей будь-якого віку [119].

З-поміж пріоритетів програми, що передбачає «співпрацю органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадянського суспільства, бізнесу, можна виділити такі: 1. Поліпшення умов для самореалізації громадян похилого віку та їх участі у процесах розвитку суспільства. 2. Забезпечення здоров'я та благополуччя громадян похилого віку. 3. Створення середовища, сприятливого для активного життя таких громадян. 4. Створення системи захисту прав громадян похилого віку» [127].

У межах загальнонаціональної Стратегії державної політики з питань здорового і активного довголіття населення на період до 2022 р. в м. Дніпро була впроваджена Комплексна програма соціального захисту мешканців міста на 2017–2021 роки з метою підвищення рівня життя та медичного обслуговування людей похилого віку. Результатом Стратегії державної політики та Комплексної програми в м. Дніпро став соціальний проєкт – «Золотий вік». Цей проєкт не має аналогів в Україні і призначений для організації відпочинку та дозвілля 240 громадян міста пенсійного віку на базі

оновленої заміської бази відпочинку, що передбачає п'ятиразове харчування, спортивно-оздоровчі заходи та різноманітні заняття і процедури – фітнес, масаж, майстер-класи з петриківського розпису, культурно-розважальні та концертні програми. З 2018 р. започатковано проведення лекцій з питання запобігання шахрайству, особливостей медичного забезпечення в умовах реформування галузі, захисту прав споживачів; компетентні фахівці надають консультації з оформлення субсидій тощо [17].

Це стало результатом більшої зацікавленості бенефіціарів програми в участі в соціальному проєкті через гнучкість функціонування цього типу закладу, що дає змогу краще адаптувати його до потреб людей похилого віку з вищою мірою незалежності. Передбачалося отримати дані, які нададуть можливість розрахувати витрати на виконання завдань, у тому числі субвенції з державного бюджету, а також інформацію про кількість осіб похилого віку, охоплених окремими видами послуг – соціальними, освітніми, культурно-освітніми, спортивно-оздоровчими, фізичною активністю або кінезотерапією, соціально активізуючою (у т. ч. волонтерською) терапією. Автори програми передбачали можливість внесення виправлень і доповнень. Вдалось визначити своєчасність виконання завдання, достовірність та законність вжитих дій. Проте відсутні заходи щодо визначення ефективності програми та якості послуг, що надаються, а згодом і впливу програми на формування довіри до державних інституцій. Програма має сприяти більш повному використанню соціального та професійного потенціалу людей похилого віку, щоб вони могли виконувати різноманітні соціальні функції в суспільному житті. Важливо також враховувати в діяльності обмеження, що є результатом функціональних бар'єрів, які можуть мати люди похилого віку. Успіх цієї програми, на думку її розробників, має вимірюватися соціальною активністю громадських організацій. Передбачалося, що в 2022 р. 36 % усіх респондентів, старших за 60 років, будуть працювати як волонтери в громадських організаціях. Також передбачалося, що різноманітність і якість освітніх пропозицій для людей

похилого віку збільшиться, а досягнення цієї мети буде вимірюватися кількістю студентів, яка досягне 20 000 у 2022 р. [69].

У 2019 р. за базою даних «What a waste» Україна посіла 9 місце у рейтингу ТОП-10 країн, які виробляють найбільшу кількість сміття. З них 94,5 % – небезпечні відходи. Згідно з даними, які надало Міністерство розвитку громад та територій України у 2020 р., було утворено більше ніж 54 млн $м^3$ побутових відходів. З усіх відходів 1,7 % було спалено, 4,6 % – відправлено на заготівельні пункти вторинної сировини та сміттєпереробні лінії [152].

Закон України «Про відходи» з 2018 р. забороняє захоронення непереробленних (необроблених) побутових відходів [112]. Проте державні програми щодо обов'язкового сортування сміття в Україні наразі відсутні. Хоча в Україні поводження з побутовими відходами регламентують безліч документів, з-поміж яких і Стратегія України з управління відходами (наразі триває II етап 2019–2023 рр.) визначає основні напрями державного регулювання в галузі поводження з відходами на найближчі десятиліття з урахуванням європейських підходів.

Однак обізнаність населення щодо культури правильного поводження з відходами в Україні залишається низькою. Контейнери для сортування найбільш популярного сміття – паперу, скла, пластику, органіки та небезпечних відходів (батарейки, акумулятори, ртутні термометри, лампи, медичні відходи, консерванти тощо) – у більшості випадків використовуються як загальний бак для всіх видів відходів [152].

Те, як соціальні підприємства розробили власні стратегії поводження зі сміттям, можемо розглянути на прикладі кейсу «ВермиДім-Добробуд». Він спрямований на вирішення проблеми переробки харчових та органічних відходів за допомогою червоного каліфорнійського хробака. Команда проєкту «ВермиДім-Добробуд» займається переробкою біомаси в альтернативне паливо з 2013 р. У зв'язку з пандемією COVID-19 організатори зіткнулися з необхідністю вирішення проблеми переробки біомаси за допомогою

дистанційного працевлаштування. Спосіб обробки за допомогою червоного каліфорнійського хробака не потребує інженерних мереж з параметрами, властивими виробництвам з високим рівнем механізації. Як зазначають засновники, за два роки роботи над стартапом розроблено «унікальний алгоритм збирання черв'яків та добрив, що забезпечує фінансову стабільність проєкту» [237].

Самі організатори дають таку характеристику проєкту: «Ми зелена компанія, яка займається переробкою органічних та їстівних відходів і виробляє здорові добрива без використання тваринного навозу, для того, щоб наша планета була безпечним місцем» [57].

Соціальний вплив проєкту «ВермиДім – Добробуд»:

- створення робочих місць для херсонців;
- залучення вразливих груп населення: пенсіонери, люди з інвалідністю, УБД;
- зменшення навантаження на міські сміттєзвалища;
- зменшення шкідливих викидів у навколишнє середовище.

З початком війни росії проти України СП припинило свою діяльність через окупацію м. Херсон. Відбулась релокація виробництва до Київської області. В онлайн-магазині проєкту можна придбати ферми для виробництва добрив, приманки для риболовлі, органічні добрива. Кейс «ВермиДім – Добробуд» цікавий для розгляду тим, що демонструє не лише розвиток екологічного СП, але й ефективно поєднує розвиток і навчання новим тенденціям, що призвело до вдосконалення виробництва.

Розглядаючи, наскільки інститути соціального підприємництва можуть стати інструментом вирішення важливих соціальних проблем, варто звернутися до поглядів К. Гербста. Дослідник вважає, що «інститути соціальної економіки забезпечують реалізацію важливих функцій (активізація, соціалізація, турбота, організація) спільнот щодо груп, територіальних громад тощо. У свою чергу, для діяльності соціальної економіки базові цінності громадянського суспільства (такі як довіра, взаємність, закоріненість у

системи зв'язків та інститутів співпраці), які називають «соціальним капіталом», є інструментами фундаментального значення для ефективної дії. Так, «ВерміДім – Добробуд» у 2013 р. побудував «завод з переробки відходів сільського господарства в твердопаливні брикети, включно з унікальною технологічною лінією для роботи з сумішевою сировиною» [57]. Важливим є розуміння труднощів, з якими стикалися організатори СП, а саме питання сировини. Працівники заводу для брикетування використовували обрізки гілок, лушпиння рису та соняшнику, очерету, міцелію, сапропелю, залишків кукурудзи, виноградної лози, тобто сировину, що доступна на Херсонщині, де й було започатковано виробництво.

Вже за рік завод з виготовлення брикетів вийшов на проєктну потужність, що дало змогу персоналізувати продукти та тісно співпрацювати з клієнтською базою. Як було зазначено на вебресурсі СП, «наша зосередженість на популяризації відновлюваних джерел енергії, таких як брикети, виготовлені з відходів деревообробки та сільського господарства, допомогла нам не лише урізноманітнити наші пропозиції, але й зробити внесок у стале майбутнє. Це призвело до збільшення попиту на нашу продукцію та допомогло нам стати надійним постачальником у галузі» [57]. Щоб оцінити роль СП «ВерміДім – Добробуд» у соціальній економіці та політиці, необхідно усвідомити, що соціальний капітал є умовою, притаманною відносинам між соціальними суб'єктами, але не є власністю цих акторів» [206]. К. Гербст навіть цитував у цьому контексті тезу, виголошену на престижній конференції з питань соціальної економіки: замінити термін «соціальна економіка» назвою проєкту із соціальною доданою вартістю. З одного боку, ця теза вказує на те, що СП «ВерміДім – Добробуд», безумовно, належить до бізнес-підприємств, а з іншого боку, дослідник наголошує на необхідності шукати такі шляхи реалізації цих підприємств, щоб максимізувати соціальні вигоди. СЕО «ВерміДім – Добробуд» О. Прохорова (Шевченко) взяла участь у програмі «Партнерство з Німеччиною» та презентувала екологічний проєкт «Очерет – матеріал майбутнього», який використовує очерет як відновлюване джерело

енергії. До війни загальна площа очерету в Херсонській області становила близько 80 тис. га, а економічний енергетичний потенціал дорівнює 58 тис. тонн, тому херсонський завод пропонував виробляти «з очерету паливні брикети, пелети, ДСП, теплоізоляційні матеріали, мінеральні добрива, харчові добавки на основі очерету» [57]. У межах програми О. Прохорова (Шевченко) презентувала очеретяні брикети та здійснила успішний продаж перших 2 тон брикетів німецьким підприємствам.

Дослідник К. Гербст також вважає, що СП є специфічним «потенціалом, який можна використовувати для вирішення соціальних проблем і загроз, що виникли в результаті процесів системної, соціальної та економічної трансформації» [206]. Проєктування та будівництво ефективних котелень на твердому паливі у співпраці з комунальними підприємствами Херсонської області стало головним досягненням «ВерміДім – Добробуд» за 2016–2018 рр. Організатори СП запропонували владі регіону стійке та екологічне рішення для опалення з використанням місцевого палива, такого як пелети та брикети з очерету та іншої біомаси. Засновники «ВерміДім – Добробуд» демонструють взаємозв'язок між якістю територіальної влади й публічного управління (регіонального і місцевого) та ендогенним розвитком регіонів [227, с. 50–79], говорячи про необхідність перетворення влади на каталізатор активності, про «відхід від веслування на користь кермування». Так, завдяки співпраці СП та місцевих органів влади херсонські котельні були не лише енергоефективними, але й економічно ефективними, що дало змогу комунальним підприємствам зменшити витрати на енергоносії та, у свою чергу, покращити надання послуг громаді.

Державна політика у сфері СП має адаптуватися до нових умов, змінити спосіб роботи та певним чином переглянути свою роль у вирішені соціальних проблем воєнного та повоєнного періоду. У подальшому місцеві органи влади більше виступатимуть каталізатором співпраці між різними інституціями. Вони також все частіше опинятимуться в ситуаціях, коли необхідно буде визнавати проблеми, з якими ми стикаємося, а потім збирати кошти для інших

установ, які займатимуться вирішенням цих проблем [227, p. 52]. Це твердження ілюструє тенденцію, особливо в підході «нового публічного менеджменту», відходу публічного управління від безпосереднього виконання завдань до організації умов для ефективного задоволення суспільних потреб інших суб'єктів та вирішення важливих соціальних проблем. Отже, таке визначення ролі державних органів влади окреслює поле можливостей і завдань, які стоять перед нею, наприклад, перед соціальним підприємництвом як одним із партнерів державного сектора в забезпеченні соціальної доданої вартості. У зв'язку з пандемією COVID-19 виробництво паливних брикетів «ВермиДім – Добробуд» майже зупинилось. Але з метою збереження соціального капіталу та робочих місць було ініційовано переробку харчових відходів локально, одразу на місці їх утворення [57]. У 2019 р. «ВермиДім – Добробуд» запустив пілотний проєкт із переробки харчових та органічних відходів за допомогою червоних каліфорнійських черв'яків (Eisenia fetida). Практична цінність кейсу «ВермиДім – Добробуд» полягає також у тому, що СП не тільки запровадило існуючу екологічну ініціативу, але й розробило унікальний алгоритм вирощування технологічних дощових черв'яків. Як зазначають засновники, «цей інноваційний підхід не тільки ефективно перетворює органічні відходи в багатий поживними речовинами біогумус для удобрення сільськогосподарських угідь, але й сприяє сталим практикам поводження з відходами» [57].

Діяльність СП відбулася за двома паралельними напрямами, а саме продовжилися пошуки зменшення собівартості виробництва брикетів з очерету, вивчення технологій для виробництва продукції з більшою прибутковістю та будівництво трьох модулів і створення трьох логістичних маршрутів.

Перший модуль був встановлений в одному з херсонських ОСББ, де молоді мами організовували збір харчових відходів та реалізацію добрива як плати за послугу переробки. Збір відходів відбувався за допомогою велотранспорту, а також завдяки овочевим торгівельним точкам та приватним

домогосподарствам, які на відстані приблизно до 500 метрів привозили відходи до модуля [57]. Функціонування першого модуля було спрямоване на реалізацію харчових відходів багатоквартирних будинків та зменшення навантаження на сміттєзвалища міста, залучення економічно незайнятих громадян до виробництва та реалізації продукту.

Другий модуль було встановлено на підприємстві харчової промисловості – харчовий блок для працівників і цех напівфабрикатів. Соціальна та економічна реалізація проєкту втілилася у співпрацю із закладом харчування «Трактир», «який привозив харчові відходи по дорозі з робочого міста додому та купував <…> добриво для овочів і мікрогріну» [57]. Заклад харчування «Трактир» на вермігумусі вирощував мікрогрін та зелень для власного меню. Другий модуль продемонстрував здатність переробляти харчові відходи в промислових масштабах і забезпечувати вермігумусом та добривом заклади харчування для екологічного вирощування зелені без застосування пестицидів і хімічних добрив.

Третій модуль був встановлений у приватного підприємця в продуктовому магазині як джерело додаткового доходу. Попередньо засновники «ВермиДім – Добробуд» проводять навчання методиці роботи зі стаціонарними фермами вермігумусу та безкоштовно підключають до мережі онлайн-магазинів. Третій модуль допоміг продемонструвати залучення приватних підприємців до екологічних ініціатив задля зменшення харчових відходів, виробництва екологічно чистих гумуса та добрива, популяризації стаціонарних ферм з виробництва вермігумусу серед херсонців. СП «ВермиДім – Добробуд» є зростаючою силою соціальної економіки та політики регіону (спочатку півдня, а тепер і півночі України), яка впливає на вирішення проблем бідності та погіршення навколишнього середовища. Означене СП конкурентоспроможне на ринку, бо використовує інструменти стратегічного управління для підвищення продуктивності, зберігаючи рівень ефективності, шляхом впровадження нових інноваційних методів управління. Так, на сайті зазначено, що в 2020 р. компанія брала участь у проєкті «AgroBioHeat»,

«метою якого було встановлення в Херсоні котлів на біомасі для обігріву офісних і складських приміщень з використанням місцевої агробіомаси» [57]. Бізнес-модель, прийнята компанією, дає змогу реалізувати її стратегію, а також є основою для оперативного управління такою організацією. Під час аналізу кейсу «ВерміДім – Добробуд» можемо зробити висновок, що СП постійно шукає нові ідеї для підвищення ефективності у досягненні соціальних цілей.

У 2021 р. працівники СП брали участь у програмі «Екологічна утилізація відходів» Федерального міністерства економіки та енергетики Німеччини. Завдяки цій програмі було отримано досвід управління відходами, циркулярної економіки та екологічної стійкості. Отже, кейс «ВерміДім – Добробуд» дає нам змогу говорити, що бізнес-модель є одним із найкращих рішень, що можуть стати ключовими змінними. СП фокусується як на економічній, так і на соціальній ефективності. СП «ВерміДім – Добробуд» створює соціальну цінність та виробляє комерційні активи, тобто товари (стаціонарні ферми вермігумусу та переробки харчових відходів, наживки для риболовлі, екологічно чисті добрива та гумус) та послуги (супровід та навчання розвитку ідеї версігумусу для ОСББ, промислових підприємств та ПП). Отже, у діяльності соціального підприємства основна соціальна мета залежить від успішного досягнення бізнес-мети. Бізнес-модель «ВерміДім – Добробуд» – канал, через який соціальний підприємець перетворює соціальну ідею, матеріальні активи та інтелектуальну власність на результати, створюючи як соціальну, так і економічну цінність.

СП в Україні демонструє своєрідну модель співпраці між державою, бізнесом і громадським сектором. Його успіх полягає в здатності забезпечувати не лише фінансовий прибуток, але й позитивні зміни у житті людей та суспільства загалом, роблячи його важливим інструментом соціальної політики на сучасному етапі розвитку України. Один із прикладів співпраці між державою, бізнесом та громадським сектором в Україні – це ініціатива «ProZorro» (Прозоро) у сфері публічних закупівель. Цей проєкт став

взірцем партнерства та співпраці між різними секторами для досягнення спільної мети – забезпечити прозорі та ефективні закупівлі в державних установах.

Проєкт «ProZorro» поєднав зусилля державних органів, бізнесу та громадського сектора з метою створення цільової електронної системи закупівель. Основні етапи співпраці були такими:

1. *Розробка платформи.* Уряд спільно з громадськими організаціями та експертами розробив інноваційну електронну платформу «ProZorro» для проведення публічних закупівель. Ця платформа мала на меті забезпечити прозорість, зменшити корупційні ризики та полегшити процедури закупівель.

2. *Впровадження та пілотні проєкти.* Перші пілотні проєкти були запущені на платформі «ProZorro», де деякі державні організації, бізнес та громадські організації спільно тестували нову систему. Це дало змогу виявити недоліки й удосконалити платформу перед її повним впровадженням.

3. *Масштабування та впровадження на національному рівні.* Після успішних пілотних проєктів система «ProZorro» була запущена на національному рівні. Державні органи, бізнес і громадські організації співпрацювали для забезпечення гладкого переходу на нову систему та надійного функціонування.

4. *Постійне вдосконалення.* Проєкт «ProZorro» продовжує залучати всіх зацікавлених сторін для постійного вдосконалення системи. Громадські організації та експерти активно взаємодіють з державними органами та бізнесом, надаючи рекомендації щодо оптимізації й розвитку системи. СП в Україні стає важливим інструментом соціальної політики, спрямованим на вирішення соціальних проблем та поліпшення життя вразливих груп населення. Це форма бізнесу, яка поєднує комерційні зусилля зі спрямованістю на досягнення соціальних цілей. «Звичайно, мова йде не про відкидання держави як регулятора, проте як пріоритетні визначають партнерські відносини з третім сектором. Стабільний розвиток вимагає ефективної держави, яка відіграє роль каталізатора, сприяє й доповнює

діяльність приватних підприємств та громадських організацій. Без належного управління сталий економічний і соціальний розвиток не можливий». [78]

СП в Україні – це важливий інструмент соціальної політики, спрямований на розв'язання соціальних проблем через підприємницьку діяльність. Воно поєднує здобутки бізнесу з глибоким соціальним впливом, сприяючи створенню робочих місць, включеності вразливих груп та змінам у суспільстві. Дослідник Г. Діз наголошує на ролі соціального підприємця як «агента змін у соціальному секторі, який діє через визначення та постійний пошук нових можливостей, процесу інновації, сприйняття й навчання, незважаючи на наявні ресурси, відповідальності перед тими, з ким працює, і за наслідки своєї діяльності» [185]. Соціальні підприємства в Україні займаються різними сферами: занятість молоді, інваліди, бездомні, екологія та багато іншого. Вони не лише створюють продукти та послуги, але й забезпечують позитивний вплив на суспільство. Ці підприємства розробляють інноваційні підходи до розв'язання соціальних проблем, їхня діяльність базується на збалансованому підході між соціальними та комерційними цілями, наприклад, «BrainBasket Foundation» надає безкоштовну IT-освіту для молоді в регіонах, де важко знайти роботу. Проєкт спрямований на зменшення безробіття та створення нових можливостей для молоді через навчання в галузі програмування. Або «Open Data Initiatives» – відкриті дані влади надають можливість громадським організаціям та розробникам створювати нові інноваційні рішення для розв'язання соціальних проблем. Наприклад, «ProZorro» – система електронних закупівель, що підвищила прозорість та ефективність державних закупівель. «SocialBoost» – платформа, яка залучає фінансування для соціальних проєктів через краудфандинг та масове співфінансування. Вона допомагає залучити кошти на реалізацію соціальних ініціатив та інноваційних проєктів.

Соціальні підприємства в Україні отримують підтримку від держави, недержавних організацій та іноземних партнерів. Це допомагає їм розвиватись, масштабуватись та збільшувати свій соціальний вплив. Вони

також сприяють підвищенню усвідомленості про важливість соціальної відповідальності серед бізнесу та громадян. Наприклад, «Ecoisme» – стартап, який розробив систему, що допомагає користувачам ефективніше використовувати електроенергію вдома. Це сприяє економії коштів та зменшенню впливу на довкілля Або «Robotics in Rehabilitation» – використання робототехніки та віртуальної реальності в медичних закладах для реабілітації пацієнтів після травм та операцій. Це дає змогу прискорити процес відновлення та покращити якість життя пацієнтів. Безумовно, вкрай важливо проводити дослідження з оцінювання соціальної політики, щоб отримати відповіді на запитання, що працює (функціонує), для кого і за яких умов. Однак найважливішими на цьому етапі будуть максимально ефективне втручання державних інституцій чи органів місцевої влади. Перш за все, важливим напрямом соціальної програми є допомога людям у вирішенні різних проблем, які заважають їм нормально функціонувати, та використання відповідних стратегій з метою покращення. Реалізація цієї мети вимагає підготовки відповідної програми втручання, результативність і ефективність якої залежить від багатьох факторів.

Завдяки соціальному підприємництву Україна здобуває можливість ефективно вирішувати складні соціальні проблеми, забезпечуючи сталу підтримку вразливих груп та сприяючи створенню стійкого соціального розвитку, наприклад, «соціально-благодійна ініціатива “Старенькі” (Starenki) допомагає самотнім літнім людям в Україні. Станом на листопад 2018 р. ініціатива має близько 1200 підопічних у Києві, Дніпрі та Львові. Це самотні літні люди, старші за 65 років, які не мають близьких родичів, перебувають на обліку в територіальному центрі та отримують пенсію до 2700 гривень» [78], або кейс соціального підприємства в м. Кропивницькому – «будинок “Милосердя”, який бере на себе левову частку опіки над нужденними людьми, безхатьками та жінками, які стали жертвами насильства, адже для них у місті немає комунального шелтеру» [43].

СП в Україні виступає як важливий інструмент соціальної політики, спрямований на вирішення соціальних проблем та покращення життя вразливих груп населення. Ця інноваційна модель поєднує підприємницьку діяльність з соціальною місією, забезпечуючи сталість фінансування та позитивний вплив на суспільство, наприклад, кафе «Cafe 21.3» (Бровари, м. Київ). «Файна Ферма» – організація підтримує людей з інвалідністю, надаючи їм можливість працювати на фермі та займатись сільським господарством. Вони вирощують органічні продукти та розвивають екологічне сільське господарство. «Дім Гніздо» – СП, яке надає підтримку дітям-сиротам та дітям, які перебували у складних життєвих обставинах. Вони надають притулок, навчання та психологічну підтримку, сприяючи інтеграції цих дітей у суспільство.

Соціальні підприємства в Україні зосереджуються на різноманітних сферах, таких як зайнятість молоді, інклюзивна освіта, екологічна сталість та медична допомога. Вони не лише надають робочі місця та розвивають вміння вразливих груп, але й сприяють економічному зростанню та зменшенню тиску на державний бюджет.

СП сприяє створенню інноваційних рішень для соціальних викликів, забезпечує гнучкість та адаптацію до змін, а також підтримує активну громадську участь. Це допомагає залучати громадян до реалізації соціальних проєктів та сприяє розвитку культури взаємодії між бізнесом, громадою та владою. Наприклад, «EcoFest UA» – організація, яка сприяє екологічній освіті та свідомому споживанню. Вони організовують екологічні заходи й фестивалі, надаючи інформацію про збереження природи та вплив на довкілля. Соціальні підприємства працюють у різних сферах – від зайнятості молоді, людей з інвалідністю та безробітних до реабілітації й соціальної інтеграції. Вони створюють робочі місця, здійснюють навчання та надають професійну підготовку, сприяють економічній самостійності й удосконаленню життєвих умов суспільних груп, які раніше стикались із зовнішніми перешкодами.

Цей підхід відповідає нагальним проблемам соціальної сфери, де державні ресурси обмежені, а потреби великі. Соціальні підприємства діють не тільки в інтересах прибутковості, а й сприяють покращенню якості життя суспільства. Вони впроваджують інноваційні підходи до соціальних послуг, стимулюють розвиток громад та сприяють взаємодії між державою, бізнесом та громадським сектором. Наприклад, «Арт-терапія для життя» – СП, яке надає арт-терапевтичні послуги для дітей з аутизмом та іншими розладами. Через творчість і мистецтво вони сприяють розвитку соціальних та комунікаційних навичок у дітей.
«Еко-Фест Україна» – організація, яка сприяє екологічній освіті та створенню свідомого споживання; організовує фестивалі та заходи, популяризуючи збереження навколишнього середовища та відповідальне ставлення до природи. Завдяки соціальному підприємництву в Україні зменшується бідність, збільшується доступ до освіти, охорони здоров'я та інших важливих послуг. Воно допомагає впроваджувати інклюзивні підходи до розв'язання проблем, забезпечує сталість та ефективність соціальних ініціатив. Наприклад, «Відкрита кухня» – соціальна ініціатива, яка допомагає безхатченкам та особам з низьким доходом отримати гарячий обід безкоштовно або за символічну ціну. Вони забезпечують харчування та надають підтримку тим, хто опинився у складних життєвих обставинах. З такою місією функціонує і «Солодка майстерня» – СП, яке займається виробництвом кондитерських виробів та навчанням жінок з вразливих груп. Вони надають можливість жінкам отримати професійні навички та заробляти гідний дохід. Цікавим прикладом вирішення соціальних проблем за допомогою соціальних підприємств є хаб «Дія+» – платформа для навчання та розвитку для людей з інвалідністю. Вони надають можливість отримати нові навички та здійснити інтеграцію на ринку праці.

Водночас для успішного розвитку соціального підприємництва важлива підтримка з боку держави, створення відповідного законодавчого середовища та механізмів фінансування. Це дасть змогу прискорити розвиток цього

сектора, підвищити ефективність соціальної політики та покращити життя мільйонів українців, які потребують допомоги й підтримки. Отже, наведені наукові думки та кейси соціальних підприємств дають нам можливість говорити, що система соціальних програм та їх оцінювання є взаємопов'язаними. Тут слід згадати активістів та їх зрозумілу дисфункціональність, спільне прагнення покращити соціальну реальність, пошук стратегій вирішення соціальних проблем, що постійно виникають, міждисциплінарність та теоретико-методологічну інтеграцію. Було б помилкою сказати, що в соціальній роботі в Україні немає зародків оцінної діяльності.

Дії фахівців протягом кількох десятиліть були спрямовані на визначення соціального стану індивідів і, як наслідок, на його поліпшення. Однак ця діяльність, хоч і професійна, не здійснювалася на основі багатогранної та складної процедури оцінювання. Крім того, порівняно із західними країнами, українській соціальній роботі бракує традиції оцінювання та пов'язаного з цим досвіду дослідників. Також не так багато досліджень, які б давали підстави для легітимізації цього напряму соціальних наук. Дослідники соціальної політики, особливо в соціальній роботі, стикаються з величезним викликом щодо проведення досліджень з оцінювання соціальних програм, їх розвитку та постійного включення в канон української соціальної роботи.

Безсумнівно, процес адаптації питань оцінювання є складним і може бути значно розтягнутим у часі. Кожна країна характеризується різними чинниками та соціально-політичними, економічними, культурними чи інституційними умовами, і про це не слід забувати. Сьогодення приносить багато нових викликів для соціальної політики, і дослідник-оцінювач або соціальний працівник мають враховувати їх з точки зору своєї власної соціально-культурної сфери. Тому необхідно створити засоби оцінювання у формі, наприклад, науково-дослідного центру з оцінювання, щоб мати можливість збирати там власні знання та досвід, а також знання й досвід тих країн, які вже пройшли точку відліку. Існує Науково-дослідний інститут праці

і зайнятості населення Міністерства соціальної політики України і НАН України, створений у 1997 р. за рішенням Уряду (Постанова Кабінету Міністрів України «Про удосконалення мережі науково-дослідних установ Міністерства праці від 04.03.1997 р. №202) та спільним наказом Мінпраці України і Президії НАН України від 29.05.97/04.06.97 №44/103, проте з-поміж напрямів діяльності немає саме оцінювання ефективності соціальних програм. Проведення досліджень такого типу надзвичайно важливе, оскільки створює можливість отримати емпіричне підтвердження ефективності заходів, що проводяться в безпосередній практиці соціальної політики.

3.3. Практичні пропозиції щодо інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави та суспільства в Україні

На підставі розглянутих теорій і концепцій стає очевидним той факт, що СП відіграє в суспільстві особливу роль в економічній та соціальній політиці. Американський соціолог Е. Райт на підтримку нашої думки говорить про три ідеалізовані режими «”макроконфігурації” владних відносин», а саме економічний (домінування ринку над державою й громадянським суспільством), етатичний (домінування держави над ринком і громадянським суспільством), асоціативний (перевага громадянського суспільства над державою та ринком)» [260].

Аналізуючи у цій роботі СП як поняття, що перетинається з класичним бізнесом та благодійністю, важливо визначити основні риси, які їх розмежовують. Традиційний бізнес і СП використовують прибуток, отриманий від своєї діяльності, для досягнення своїх цілей і завдань.

З іншого боку, благодійна діяльність будує своє майно на базі залучення зовнішніх ресурсів (спонсорство, пожертвування, гранти). Отже, традиційний бізнес і СП не потребують зовнішніх джерел фінансування (необхідний лише початковий капітал), оскільки вони є самофінансованими. Однак соціальні

підприємства відрізняються тим, що спочатку створюються для виконання соціальної місії, що робить соціальний вплив запланованим і очікуваним, а не випадковим, як у випадку комерційного підприємництва. Іншими словами, СП передбачає альтруїстичний підхід до ведення бізнесу і є формою підприємницької діяльності, спрямованої на вирішення соціальних проблем та задоволення соціальних потреб, а не на досягнення прибутку.

Основна мета діяльності соціальних підприємців полягає у наданні допомоги тим, хто не в змозі самостійно задовольнити свої потреби через фінансові обмеження, складні життєві обставини, обмежену мобільність або недостатні знання.

У зв'язку з цим СП за своєю суттю споріднене з добровільним (некомерційним, волонтерським) сектором економіки та є важливою частиною соціальної політики, оскільки являє собою зв'язок між бізнесом і активною, відповідальною громадянською позицією. Очевидно, що в соціального підприємництва є свої особливості, які відрізняють його від традиційного бізнесу та благодійності.

Американський полемік М. Уолцер так описав ситуацію 90-х рр. XX ст.: «Сьогодні багато людей дивляться на громадянське суспільство з надією, щоб розв'язати проблеми, на вирішення яких очікували від держави, насамперед проблеми бідності, безробіття та соціальної ізоляції» [247]. Під час аналізу наукової інформації та статистичних даних можемо зробити висновки, що соціальна місія, або соціальний вплив, полягає в орієнтації на вирішення або пом'якшення соціальних проблем. Інноваційність виявляється у застосуванні унікальних, новаторських підходів у своїй діяльності, що сприяють збільшенню соціального впливу. Підприємницький підхід – вміння шукати і знаходити вигідні можливості, вміло аналізувати ринкову ситуацію та передбачати ризики, акумулювати ресурси й розробляти стратегію діяльності, спрямовану на позитивне перетворення. Не менш важливим чинником інституціоналізації соціального підприємництва є чітке розуміння необхідності законодавчого забезпечення таких понять, як самоокупність та

фінансова стійкість, що виявляється у здатності підприємства функціонувати стабільно завдяки доходам, отриманим від власної діяльності. Масштабованість полягає у збільшенні масштабу діяльності соціального підприємства та поширенні його досвіду з метою збільшення соціального впливу, що буде особливо актуальним після закінчення війни. СП є гібридною формою організації, оскільки поєднує елементи комерційного сектора з рисами некомерційних організацій, які спрямовані на соціальний вплив і залучають зовнішні інвестиції. Крім того, воно характеризується організаційним підходом, спрямованим на економічний розвиток і вирішення соціальних проблем шляхом впровадження інновацій.

Під час роботи над дослідженням ми можемо зробити висновки, що сучасні соціальні підприємства, які діють в Україні, працюють переважно у сфері реінтеграції, соціально-професійного, соціального обслуговування людей похилого віку, біженців та людей, які постраждали від війни і хвороб. Цінність СП в Україні полягає переважно в тому, що позитивний вплив спрямований не лише на цільову аудиторію, але й на зовнішніх стейкхолдерів, а саме на органи місцевого самоврядування, державні органи влади. Вибір організаційно-правової форми бізнес-моделі СП все більше базується на передбачуваній меті (у 97 % випадків). На сьогодні, у воєнний період, превалюють асоціації та фонди як форми підприємницької діяльності, що, на нашу думку, в управлінні соціальним підприємством не забезпечують оптимальної реалізації його цілей. Серед новостворених усе більшу роль відіграють соціальні кооперативи та інші кооперативні організації, які, здається, добре підходять для реалізації мети соціального підприємства.

Окрема категорія – заклади професійної діяльності й Центри соціальної інтеграції, створені органами місцевого самоврядування та недержавними організаціями, основною метою яких є відновлення здоров'я людей з обмеженими можливостями, соціально виключених з ринку праці, біженців, а в подальшому і УБД, готуючи їх бути самостійними, незалежними та готовими до мирного й активного життя. Особливу увагу слід звернути на значні

перешкоди та бюрократичні бар'єри в розвитку соціальних підприємств. На нашу думку, це наслідок непоінформованості апарату місцевої влади про особливості діяльність соціальних підприємств, а також відсутності знань про правові норми щодо їх діяльності. Окрема проблема існує в суспільстві – стереотипи щодо професійних можливостей і потенціалу людей, які постраждали від соціальної ізоляції.

Фахівці так пояснюють ситуацію: «В українському суспільному дискурсі "соціальний" не може означати "якісний", що, безперечно, шкодить просуванню продуктів таких підприємств. Тому простіше відмовитись від назви, яка в багатьох країнах уже стала індикатором найбільш прогресивного та "людяного" бізнесу» [71]. З цієї причини, незважаючи на включення цих людей до цільової аудиторії соціально-професійної реінтеграції, вони все ще відчувають труднощі з працевлаштуванням. Ще одна загроза полягає в експлуатації бенефіціарами цієї допомоги як дешевої робочої сили та її використанні лише в період, у якому підприємці мають право на часткове повернення коштів з витрат на працевлаштування без зобов'язання продовжувати роботу. Значною перешкодою для інституалізації та розвитку сектора соціальних підприємств є також небажання співпрацювати на рівні державного управління, приватного сектора та соціальних організацій. Це результат відсутності правової норми щодо полегшеної процедури включенності установ у реалізацію проєктів із залученням широких груп, а також наслідок відсутності норм закону, що дозволяють співпрацю широкого кола суб'єктів сфери державно-соціально-приватного партнерства за участю соціальних підприємств. Так, соціальні підприємства не можуть орендувати приміщення чи площі, що мають статус державних, за спрощеною процедурою, лише через оголошення аукціону. Серед інших факторів, що стримують розвиток підприємств, можна також відзначити відсутність системи бонусів підприємствам для виходу на ринок з власними послугами і продуктами, недостатньо врахована специфіка діяльності соціальних підприємств на місцях (наприклад, відсутність податкових пільг, обов'язкове

підпорядкування центрів соціальної інтеграції державним органам влади і неможливість створення подібних центрів недержавними організаціями), що є істотною перешкодою гнучкому формуванню кадрової політики в цих підрозділах.

На нашу думку, необхідно розширити сферу дії чинних нормативних актів про правові інститути, що становлять основу для прийняття рішень про діяльність на рівні приватного чи громадсько-соціального партнерства. Так, в Україні на розгляд пропонували два законопроєкти: «Про соціальні підприємства» та «Про внесення зміни до статті 154 Податкового кодексу України щодо підтримки соціальних підприємств». Закони не були підтримані, зокрема через висновок на проєкт Закону України «Про внесення зміни до статті 154 Податкового кодексу України (щодо державної підтримки соціальних підприємств)» [123], де знаходимо такі формулювання:

- «запропоновані проєктом пільги з оподаткування податком на прибуток поширюватимуться на значне коло суб'єктів господарювання, що призведе до зменшення надходжень цього податку до бюджетів;
- зауважимо, що, відповідно до вимог ч. 1 ст. 27 Бюджетного кодексу України та ч. 3 ст. 91 Регламенту Верховної Ради України до законопроєкту, його прийняття призведе до зміни показників бюджету;
- його прийняття може призвести до розбалансованості як Державного, так і місцевих бюджетів України» [123].

Створення постійних механізмів підтримки функціонування закладів соціальної політики вимагає всеукраїнського вектора, спрямованого на сприяння розвитку підприємництва: навчання, підвищення кваліфікації персоналу та адміністративних працівників, поінформованості громадськості. Розширення знань у суспільстві про бізнес-орієнтовані підприємства, що не лише працюють на ринку послуг і товарів, але й вирішують соціальні питання, може сприяти руйнуванню стереотипів щодо професійних можливостей людей соціально вразливих категорій. Це також сприятиме побудові взаємної

довіри та утвердженню принципів співпраці широких соціальних груп для професійної реінтеграції та розширення можливостей тих, хто цього потребує.

Важливу роль у боротьбі з бідністю та маргіналізацією, а також у створенні нових робочих місць мають відігравати органи місцевого самоврядування. Добра обізнаність щодо проблем громади та потреб населення можуть значно впливати на розбудову соціальної єдності та створення робочих місць шляхом підтримки соціального підприємництва. Для цього, на нашу думку, на рівні державного управління потрібно створити різноманітні програми активації суб'єктів соціальної сфери, у тому числі підприємців, органів управління, органів державної влади та місцевого самоврядування, неурядових організацій і людей соціально вразливих категорій. Указ Президента України «Про сприяння розвитку громадянського суспільства» [126], у якому зазначено, що «потенціал організацій громадянського суспільства не повною мірою використовується органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування для надання соціальних та інших суспільно значущих послуг; спостерігається тенденція надання переваги в цій сфері державним і комунальним підприємствам та установам, що не сприяє підвищенню якості послуг і призводить до надмірного зростання бюджетних видатків» [126]. Тому стимули щодо здійснення соціального підприємництва, зокрема, щодо вдосконалення механізмів фінансової підтримки такої діяльності, на сьогодні є недостатніми.

Інструментом, який нечасто використовують органи місцевого самоврядування у боротьбі проти соціального відчуження людей соціально вразливих категорій, є місцеві плани зонування. На основі цього передбачаємо можливість створення зон інтенсивної діяльності, у межах якої буде розвиватися мережа організацій, орієнтованих на професійну активізацію та соціальний захист людей соціально вразливих категорій, а також на їх подальший розвиток та підтримку. Ми вважаємо, що активне запровадження місцевих планів зонування може суттєво сприяти вирішенню питання соціально-професійної реінтеграції у воєнний та післявоєнний період.

Додаткові заходи на підтримку місцевих планів зонування – правові норми, які надаватимуть преференції соціальним підприємствам у реалізації суспільних завдань, особливо в непривабливих для бізнесу сферах. Одне із практичних рішень щодо інституціоналізації соціального підприємства – це виокремлення СП зі структури неурядової організації. На нашу думку, це допоможе у руйнуванні стереотипу в українському суспільстві, який впливає на соціально відповідальні компанії, про те, що бізнес і громадянська діяльність не можуть співіснувати в межах одного підприємства. Між соціальною сферою та бізнесом була побудована дуже міцна стіна. Як пише польський дослідник соціального підприємництва Й. Гербст[78], неурядові організації «ідеологічно» відмежовуються від діяльності за допомогою оплачуваного або найнятого оплачуваного персоналу: соціальні підприємства не сприймаються як інституції, що поєднують соціальні цілі з економічними інструментами.

Деякі соціальні підприємства можуть зіткнутися з труднощами в отриманні фінансування через відсутність розуміння їхньої цілі та соціальної важливості з боку інвесторів або донорів. Деякі люди можуть побоюватися, що соціальні підприємства можуть заважати економічним чи корпоративним інтересам. Наприклад, бізнеси можуть боятися, що соціальні підприємства будуть витісняти їх з ринку, або донори можуть переживати, що гроші будуть витрачені неефективно. Відсутність регуляторної підтримки: відсутність спеціального законодавства чи регулювання для соціальних підприємств може призвести до незрозуміння їхньої правової структури і статусу. Це може обмежити їх можливості та створити правові невизначеності. Українська дослідниця О. Довгаль, характеризуючи проблеми, що виникають на шляху розвитку соціального підприємництва в Україні, говорить про «недостатнє розуміння владою, бізнесом і громадськістю тих переваг, які надає розвиток соціального підприємництва та створення соціальних підприємств в більш якісному виконанні завдань з надання соціальних послуг населенню, та підтримці громадських організацій, діяльність яких пов’язана з соціальними

цілями» [46]. У деяких випадках соціальні підприємці можуть стикатися з упередженнями, особливо коли йдеться про виклики, пов'язані зі змінами соціальних норм чи стереотипів. Відсутність освіти: недостатня освіченість громадян щодо сутності та користі соціального підприємництва може створювати бар'єри для його розвитку. З цього приводу О. Довгаль зазначає: «Відсутність системного підходу до популяризації соціального підприємництва, відсутність інформаційної мережі з питань діяльності пов'язаної з розвитком соціального підприємництва, і саме цим зумовлюється прояв основних бар'єрів на шляху його розвитку» [46]. Багато людей можуть не знати про існування або призначення соціальних підприємств.

Для подолання цих проблем важливо проводити освітні кампанії, популяризувати успішні приклади соціальних підприємств, сприяти створенню відповідного законодавчого середовища та сприяти залученню інвестицій для розвитку цього сектора. В Україні, як і в багатьох інших країнах, відсутні чіткі закони та регуляції, які б дефініювали поняття та статус соціальних підприємств. Це може призводити до правових невизначеностей та ускладнень під час їх реєстрації та діяльності. На підтвердження цієї думки наведемо міркування О. Довгаль: «По-перше, ухвалення законів на державному рівні і їх впровадження на рівні регіональних соціально-економічних систем, місцевих громад зазвичай має тривалий період, по-друге, на місцевому рівні просто може не виявитися достатнього рівня ресурсного забезпечення процесу реалізації законодавчих актів» [46].

Відсутність спеціальної процедури для реєстрації соціальних підприємств може призвести до труднощів у їх створенні. Багато аспектів, які стосуються соціальної місії та діяльності, можуть вимагати додаткового адміністративного розгляду. Законодавство має стимулювати, щоб соціальні підприємства здійснювали прибуткову діяльність і водночас вирішували соціальні проблеми. Для цього треба внести зміни до системи оподаткування для таких підприємств, оскільки вони поєднують соціальну місію з економічною діяльністю. Не визначені стандарти оподаткування можуть

призводити до збитків та фінансових труднощів у їх діяльності. Дослідниця О. Довгаль говорить також про «відсутність сприятливого зовнішнього і внутрішнього середовища для створення та розвитку соціальних підприємств (відсутність законодавства яке б регламентувало діяльність соціальних підприємств; відсутність системного підходу до виховання і навчання кваліфікованих кадрів для здійснення діяльності у сфері соціального підприємництва; відсутність «майданчиків» для спілкування та обміну досвідом (у тому числі міжнародним) для діючих і майбутніх соціальних підприємців, відсутність системи фінансування проєктів зі створення соціальних підприємств)» [46].

Для подолання цих проблем необхідно сприяти усвідомленню значущості соціального підприємництва, розвивати відповідні законодавчі й адміністративні засоби, створювати спеціальні фінансові інструменти та підтримувати партнерства між різними секторами для спільного розвитку цього сектора. Підприємницька діяльність за своєю суттю спрямована на отримання прибутку, тоді як соціальні підприємства мають головною метою вирішення соціальних проблем. Така різниця у цілях може призводити до зіткнення між економічною необхідністю та соціальною відповідальністю. Соціальні підприємства можуть зіткнутися з труднощами забезпечення фінансової стійкості через важкість поєднання соціальної місії з прибутковістю. Питання фінансування та залучення інвесторів можуть викликати конфлікт інтересів.

Як зауважує О. Довгаль, «за роки роботи соціальні підприємці та організації, які їх підтримують, засвоїли кілька уроків, знання яких надає їм можливість подолати “кризу ідентичності” соціального підприємства – бізнес або благодійність – та узгодити громадські й комерційні інтереси, що є вкрай важливим для досягнення соціальної стабільності та благополуччя» [46]. У підприємницькій діяльності успіх визначається переважно фінансовими показниками, тоді як для соціальних підприємств важливим є вирішення соціальних проблем та покращення якості життя. Це може створювати

розбіжності в оцінюванні результатів. Сприйняття матеріальних цінностей та соціальних цінностей може різнитися у підприємців та соціальних підприємців. Це може впливати на прийняття рішень та підходи до діяльності.

Соціальні підприємці можуть перебувати в конфлікті між роллю бізнесмена та соціального агента. Це може створювати навантаження на психологічний стан і викликати стрес. Навколишнє середовище може мати власні уявлення про те, як має виглядати успішна підприємницька діяльність чи соціальний вплив. Соціальні підприємці можуть стикатися зі стереотипами та незрозумінням своєї діяльності. Українська дослідниця О. Довгаль відзначає: «Вітчизняні соціальні підприємці – початківці стикаються з проблемою поєднання соціальних цілей з довгостроковою та стійкою самоокупністю. З тими самими проблемами – суперечність між соціальною та комерційною результативінстю – стикалися і стикаються соціальні підприємці і в інших країнах, особливо в країнах з перехідною економікою» [46]. Проблеми залучення фінансових коштів на першому етапі розвитку підприємницької діяльності, особливо для соціальних підприємств, можуть виникати з різних причин, і відсутність спеціальних програм кредитного та позикового забезпечення в Україні може поглиблювати цю проблему. На початковому етапі бізнесу існує великий ризик неуспішності, і багато кредиторів або інвесторів можуть неохоче ризикувати своїми коштами, особливо якщо ідея нова чи соціально орієнтована. Відсутність розвинутої фінансової системи для стартапів: в Україні відсутній розвинутий ринок венчурного капіталу та ангельських інвестицій, які б допомагали молодим підприємцям отримувати фінансову підтримку.

Багато підприємців можуть не мати достатніх знань та навичок у сфері ведення фінансів, пошуку інвесторів, розробки бізнес-плану та інших аспектів фінансового забезпечення. Існуючі кредитні програми можуть вимагати високих відсотків за позиками, що ускладнює погашення боргу на початковому етапі, коли дохід ще недостатній. Україна не має належно розвинутих програм кредитного та позикового забезпечення для соціальних

підприємств, які б враховували їхню специфіку та цілі. На підставі проведеного дослідження було розроблено такі практичні рекомендації, які можуть бути використані для вдосконалення розвитку соціального підприємництва в Україні та його інституалізації:

1. На законодавчому рівні необхідно доопрацювати закони, нормативні акти та окремі положення у сфері соціального підприємництва, що мають містити більш точні критерії, які дають змогу розмежувати бізнес та СП. Законодавцям необхідно не лише дотримуватися вже існуючої законодавчої бази та наукових розробок у цій галузі, але й постійно моніторити динаміку трансформацій принципів і характеристик цього виду бізнесу, що розроблені на базі фондів підтримки соціального підприємництва. Особливу увагу слід звернути на аналіз роботи діючих структурних органів, що займаються супроводом та підтримкою соціального підприємництва, а також інтересів і думок самих підприємців. За допомогою вже накопиченого світового та унікального українського досвіду законодавці зможуть максимально врахувати аспекти й особливості українського соціального бізнесу та перетворити цю галузь соціальної економіки на дієвий інструмент соціальної політики.

2. Необхідно переглянути алгоритм реєстрації соціальних підприємств, підвищивши систему контролю. Виключення «людського фактора» дасть змогу мінімізувати або виключити спекуляції в цій галузі, аналіз соціальних проблем кожної області та країни загалом допоможе в організації різних джерел фінансування для підтримки цільової аудиторії.

3. Прийняття законодавства, що визначає самостійність суб'єктів соціального підприємництва, сприятиме тому, що місцева влада зможе надавати підтримку бізнесу через простіші процедури, враховуючи особливості та перспективні напрями соціального підприємництва в регіонах. Географічне розташування соціальних підприємств дасть змогу передавати досвід соціального підприємництва не лише на національному, але й на міжнародному рівні. Наприклад, для міста Запоріжжя актуальними будуть

соціальні підприємства із забезпечення очищення повітря, води та ґрунту. Для України загалом актуальними в кожній області залишаються соціальні підприємства, що будуть переробляти сміття, та орієнтовані на збір вторинної сировини.

4. Необхідно встановити гармонійну взаємодію між установами, що підтримують підприємництво, органами місцевого самоврядування та соціальними підприємцями. Встановлено, що деякі обласні ради не виявляють інтересу до розвитку та підтримки соціального підприємництва на своїх територіях, оскільки не вважають цю форму бізнесу ключовим елементом соціально-економічного прогресу. Для впорядкування взаємодії необхідно підвищити зацікавленість районних і місцевих влад у підтримці соціальних підприємств. Цього можна досягти через проведення різних заходів, таких як семінари, конференції, круглі столи, у яких братимуть участь підприємці та представники влади.

5. Під час аналізу було встановлено, що найбільш перспективною й ефективною стратегією для розвитку соціального підприємництва може бути застосування франшизної моделі. Тому для досягнення найбільш успішних результатів у розвитку соціального підприємництва в регіонах та в Україні загалом суб'єктам соціального підприємництва варто вміло користуватися інструментами франшизного бізнесу. Це означає залучення зовнішніх фінансових та інших ресурсів, які вони не можуть забезпечити самостійно, але які є необхідними для успішної реалізації їх проєктів. Іншими словами, українським соціальним підприємцям важливо отримати державну підтримку використання ресурсів інших великих компаній. Таке залучення є можливим завдяки взаємовигідним угодам, наприклад, реалізації проєктів, які цікаві для великих корпорацій, таких як будівництво сміттєпереробного заводу. Ця співпраця може сприяти розвитку плідних відносин між традиційним бізнесом і соціальним підприємництвом.

6. Розгляд можливості надання пільгових умов оренди приміщень, виробничих майданчиків та отримання кредитів, принаймні на етапі стартапу,

є доцільним. Соціальні підприємства часто є малими підприємствами, які, незважаючи на фінансову самостійність, зазвичай характеризуються низькою рентабельністю та не мають власних приміщень для здійснення своєї діяльності. Такі пільгові заходи є необхідними, оскільки створюють сприятливі умови для розвитку соціального підприємництва та підтримують його стабільність. Надання пільг та забезпечення їх на законодавчому рівні, наприклад, за допомогою умов оренди, дасть змогу соціальним підприємцям якомога швидше налагодити товарообіг і надання послуг та підвищити рентабельність і фінансову стійкість.

7. Необхідно запровадити факультативні курси з підприємництва й соціального підприємництва на базі шкіл, закладів середньої професійної та вищої освіти. Такий освітній підхід сприятиме підвищенню економічної грамотності населення, покращенню рівня знань у сфері нормативного й організаційного середовища бізнесу, а також передачі знань і навичок у сфері документообігу.

Висновки до розділу 3

1. Застосування основних моделей соціального підприємництва, які існують в Україні, формує виклик перед дослідниками щодо вивчення нових стратегій і методів, які б за конкретними параметрами продемонстрували ефективність соціальних підприємств та сприяли процесу інституціоналізації СП в дихотомії «держава – суспільство». Типовими ознаками соціального підприємства є:

- прагнення забезпечити соціальні зміни шляхом вирішення соціальних проблем;
- спроби задовольнити соціальні потреби стабільним способом;
- робота (в основному) на бенефіціарів;
- оцінювання прибутку відповідно до створеної соціальної корисності й економічної ефективності підприємства.

Діяльність, спрямована на досягнення соціальної цінності, може створити нові перспективи. В Україні відсутність закону про соціальні підприємства, які діють на перетині комерційної та некомерційної діяльності, перешкоджає їх чіткій ідентифікації та стоїть на заваді їх відносин у сфері міжгалузевої співпраці, зокрема з державним та бізнес-секторами. Говорячи про можливість використання моделей комерційних підприємств для соціальних підприємств, слід пам'ятати про застереження, які виникають при спробі безпосередньо застосувати ці бізнес-моделі. Слід також підкреслити необхідність побудови власних моделей соціальних підприємств, у яких створення соціальної цінності має найбільше значення. Моделі та правові рішення, які використовують суб'єкти господарювання, можуть бути використані для соціального підприємства в широкому діапазоні. Ці можливості визнає та передбачає проєкт нового закону про соціальні підприємства, який багато в чому посилається на моделі, розроблені комерційними підприємствами. Соціальні підприємства вцілому можуть використовувати бізнес-рішення розроблені для комерційних підприємств. Метою соціальних підприємств є створення можливостей працевлаштування для людей з незахищених верств населення, а також досягнення сталого розвитку, намагаючись фінансово підтримувати себе інноваційними способами.

2. Сучасна парадигма соціальної політики все частіше продукує зміни у сприйнятті та вирішенні соціальних проблем. Економічних переваг, що пропонувала соціальна економіка довоєнного періоду – досягнення рівня критичної маси (дозволяючи перехід від кількості до нової якості), – недостатньо для вирішення наявних соціальних проблем. Вирішення питання соціального підприємництва – це, з практичного погляду, сміливий виклик, оскільки в поточній соціальній та економічній реальності, яка нас оточує і в якій залишається простір для господарської діяльності, щільно заповненої приватними підприємствами, поява і виживання на ринку СП вимагає конкурентоспроможності та інституціоналізації соціального підприємництва

в системі взаємовідносин держави і суспільства. Невеликій кількості соціальних підприємств навіть за підтримки державних установ у ситуації, що склалася, не завжди вдається впоратися з конкурентною боротьбою на ринку. СП в сьогоднішніх умовах мають стати більш значущими «конструктами» з набагато більшою потужністю виживання.

3. На основі спостережень, отриманих у результаті проведеного дослідження, а також аналізу існуючих законів (або проєктів) в обговорюваній сфері можна зробити висновок, що модель соціального підприємства в умовах України – це конкретна модель роботи (рецепт успіху), у якій економічна цінність пропозиції (створена за допомогою використання ключових процесів і матеріальних ресурсів, а також у результаті підтримки ззовні ринкового сектора) є лише підпорядкованою метою на шляху до досягнення головної мети, яка полягає у створенні соціальної ціннісної пропозиції.

Запропоновано авторську інтерпретацію соціального підприємства у вигляді модельної конструкції, що включає: концептуальне обґрунтування даного феномену як репрезентації взаємодії держави та суспільства; цілепокладальну складову, спрямовану на підтримку соціальної відповідальності бізнесу і забезпечення сталого розвитку економіки та інклюзії; структурно-функціональну складову, що складається з таких компонентів соціального підприємства, як:

а) цінність економічної (для бенефіціарів) та соціальної (для клієнтів) пропозиції;

б) оцінка ресурсів забезпечення взаємодії держави та суспільства;

в) способи розподілу вигоди між бенефіціарами;

г) характер відносин з клієнтами;

д) партнерська мережа;

е) підприємницька діяльність.

Водночас для успішного розвитку соціального підприємництва важлива підтримка з боку держави, створення відповідного законодавчого середовища та механізмів фінансування. Це дасть змогу прискорити розвиток цього

сектора, підвищити ефективність соціальної політики та покращити життя мільйонів українців, які потребують допомоги і підтримки.

Інституціоналізація соціального підприємництва – це процес створення відповідної правової та інституційної бази для підтримки й розвитку соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства. Основні пропозиції щодо інституціоналізації соціального підприємництва в Україні можуть включати такі пункти:

1. Політична підтримка соціального підприємництва: включення питань соціального підприємництва до стратегій і програм державного розвитку, створення робочих груп та комісій для розробки і впровадження заходів підтримки соціального підприємництва.

2. Законодавча база: розроблення і прийняття законів та інших нормативно-правових актів регулювання діяльності соціальних підприємств, зокрема щодо їх реєстрації, оподаткування, доступу до фінансових ресурсів тощо.

3. Фінансова підтримка: створення фондів і програма фінансування соціального підприємництва, надання пільг та підтримка державних соціальних підприємств.

4. Розвиток інфраструктури: створення бізнес-інкубаторів та асоціацій соціальних підприємств, надання консультацій і підтримка у веденні бізнесу, створення мережі соціальних підприємств. Підвищення освітнього рівня: організація навчання та підвищення кваліфікації соціальних підприємців.

ВИСНОВКИ

Дослідження вирішує важливе науково-прикладне завдання, яке передбачає теоретичне обґрунтування особливостей інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства та розроблення практичних рекомендацій щодо інституціоналізації соціального підприємництва в Україні. Отримані в процесі дослідження результати дають змогу запропонувати такі узагальнення, висновки і рекомендації:

1. Узагальнено основні теоретичні підходи вітчизняних і зарубіжних фахівців щодо соціального підприємництва. Основна відмінність цих підходів – у дуалістичності самого явища соціального підприємництва, що полягає у використанні принципів, інструментів і технологій, характерних для комерційної підприємницької діяльності, а також у застосуванні новаторських підходів у веденні бізнесу, спрямованих на розв'язання актуальних суспільних проблем, таких як підтримка ветеранів, тимчасово переміщених осіб, забруднення навколишнього середовища, бідність, безробіття, питання людей з обмеженими можливостями, соціальна нерівність тощо, вирішення яких може у майбутньому запобігти економічній нестабільності та зменшенню загального добробуту нації.

Основні наукові погляди на СП в Україні вказують на те, що розвиток цієї галузі та позитивна тенденція в ній є тривалим і складним процесом, який можна прискорити й стабілізувати шляхом формування соціального підприємництва як самостійного напряму політики соціально-економічних реформ. Державне регулювання визначається як важлива системна підтримка для забезпечення сталого розвитку соціального підприємництва.

2. Визначено інституціоналізацію як специфічну наукову категорію і розкрито сутність понять «інституціоналізація», «інституціалізація» та «інституалізація».

Інституціоналізація – процес визначення та закріплення соціальних норм, правил, статусів і ролей, приведення їх у систему, здатну діяти в напрямі задоволення певної суспільної потреби.

Інституціалізація – процес виникнення та становлення соціальних інститутів як ключових структурних елементів суспільства.

Інституалізація – набуття будь-якими відносинами встановлених правил чи норм у рамках соціальної системи або суспільства в цілому.

Головна роль інституцій у суспільстві полягає у зменшенні невизначеності та встановленні стійкої (хоча й не обов'язково ефективної) структури взаємодії між людьми. Але стабільність інституцій не суперечить тому факту, що вони з часом змінюються. Мінливість інституційного порядку вказує на інституціоналізацію як набір процесів, а не стан, до якого ми прагнемо. Процес інституціоналізації соціальних підприємств у системі взаємовідносин держави і суспільства починається на етапі, коли «соціальні агенти» з достатніми ресурсами визнають можливість досягти конкретних переваг. Тобто на певному етапі підприємці починають бачити можливості поза існуючими інституційними формами, тому починають пошуки нових способів організації своєї діяльності. Порівнюючи стійкі та «руйнівні» для старого порядку інновації у вигляді СП, можемо говорити, що останні хоча спочатку й пропонують меншу цінність порівняно з раніше визнаними бізнес-моделями, однак можуть поступово порушувати цикл не тільки окремих організацій, а й цілих галузей. Руйнівні інновації як процес руху «знизу вгору» є новими для даного сектора, проте можуть успішно кинути виклик «лідерам», які мають набагато сильніші конкурентні позиції та значно більше ресурсів, ніж вони. Ми говоримо про СП, яке впроваджує інновації у руйнуванні (порушенні) існуючого інституційного порядку всередині поля функціонування.

Інституціоналізація соціального підприємництва є ключовим фактором та передумовою для економічного розвитку в Україні в сучасний період. Це зумовлено необхідністю встановлення механізму, який може узгоджувати та

коригувати соціальні взаємодії підприємців не лише з іншими учасниками, які діють у цьому сегменті соціально-економічних відносин, але й із суспільством у цілому. Роль бізнесу, включаючи соціальний, у створенні національного багатства та просуванні суспільства є настільки важливою, що інститут соціального підприємництва розглядається як механізм досягнення компромісу між соціальними суб'єктами, які представляють різні інтереси економічного, політичного й соціального характеру. Важливо розглядати його розвиток як фактор соціальної інтеграції різних соціумів і поліпшення якості життя населення.

3. Узагальнено особливості соціального підприємництва в сучасній Україні як інноваційної соціальної технології в системі взаємовідносин держави і суспільства. Головною рисою цього виду підприємництва є відсутність чіткого законодавчого визначення «соціальне підприємництво» та конкретних законів, які б регулювали його функціонування. У зв'язку з цим соціальні підприємства в Україні стикаються з додатковими викликами на етапі створення та офіційної реєстрації, проте вони мають можливість самостійно обирати форму юридичної організації для здійснення своєї підприємницької діяльності. На відміну від комерційних підприємств, СП не оцінює свою успішність з погляду прибутку або виторгу, йому не важлива вартість акцій або обсяги продажів. Для соціального підприємця важлива соціальна віддача, наприклад, кількість працевлаштованих осіб або кількість людей, що скористались послугами.

Узагальнимо особливості соціального підприємництва в сучасній Україні як інноваційної соціальної технології, яка полягає в такому:

- підприємницький підхід до вирішення соціальних проблем, що дає змогу знаходити можливості та ресурси для розвитку й функціонування;
- застосування принципово нових методів та ресурсів у вирішенні соціальних проблем;
- наявність чітко окресленої соціальної місії у вирішенні соціально важливих питань.

У переважній більшості випадків українські соціальні підприємства обирають форму ФОП, використовуючи оптимальну систему оподаткування, що відповідає їхній власній бізнес-моделі. Основні напрями діяльності цих підприємств українського соціуму включають таке:

- надання робочих місць для незахищених верств населення, включаючи внутрішньо переміщених осіб, ветеранів, людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями, колишніх алко- й наркозалежних;
- відчутний відсоток прибутку, отриманого від їхньої діяльності, скеровують на підтримку конкретних благодійних фондів або організацій, реалізують власні соціальні проєкти;
- частку доходу скеровують на оплату певних послуг, які надають соціально незахищеним групам, таких як юридичні консультації, психологічна допомога, спонсорство культурних або спортивних заходів тощо.

Один соціальний бізнес може займатися одразу декількома соціальними питаннями, які вирішуватиме в результаті власної діяльності. СП намагаються залучати до роботи молодь і вважають важливим приділяти увагу гендерному питанню. Відмітною особливістю соціального підприємства є обов'язкове публічне оголошення своєї соціальної місії. Більшість українських СП стверджують, що зіткнулись з певними труднощами при заснуванні справи. З-поміж причин, які були найважчими перепонами, вони найчастіше відзначали брак коштів на заснування підприємства. Українські СП зазвичай фінансуються за рахунок доходів, отриманих внаслідок здійснення своєї діяльності, а також (значно меншою мірою) – за рахунок грантів, кредитів, спонсорських внесків. Проте відсутність законодавчо закріплених норм гальмує розвиток СП, роблячи його так званою «тіньовою діяльністю». Саме тому немає чіткої статистики, офіційних відомостей та відкритих даних з цього питання, тож ні держава, ні громадське суспільство не мають чіткого уявлення про те, яку саме користь приносить соціальний бізнес своєю працею.

4. Здійснено порівняння зарубіжного досвіду інституціоналізації та розвитку соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і

суспільства. Відзначено, що кожна держава має свою специфіку й особливості у підходах до соціального підприємництва, тому неможливо знайти ідеальної системи для України, але можна взяти окремі позитивні аспекти. На нашу думку, вони включають:

- підготовку окремих спеціалістів із соціального підприємництва, які займалися б допомогою молодим СП на етапі започаткування діяльності та під час подальшого розвитку, як у Великобританії;
- врегулювання на законодавчому рівні статусу СП, як це зроблено в Німеччині;
- запровадження системи сертифікації та надання державних кредитів під конкретні програми, як в американській системі СП;
- польський принцип про те, що, як мінімум, 50 % працівників, залучених у діяльності СП, мають належати до незахищених категорій;
- запровадження конкретної державної структури, яка займається саме СП, і забезпечення загальної прозорості у роботі підприємств, як у Бразилії;
- індійську ідею регламентування на законодавчому рівні частки від прибутку, що має йти на доброчинність у СП;
- налагодження партнерських відносин між державою, бізнесом і громадськістю, як в Австрії та Бельгії.

Це дасть Україні можливість створити свою ідеальну модель, запозичивши найкращі риси вже існуючих і враховуючи історичний досвід розвитку СП в Україні.

5. Визначено й обґрунтовано практики застосування основних моделей соціального підприємництва в Україні в системі взаємовідносин держави і суспільства. На підставі аналізу проведеного дослідження та огляду існуючих законів (або проєктів) у відповідній сфері доходимо висновку, що модель соціального підприємства в умовах України являє собою конкретний спосіб роботи, який може слугувати рецептом успіху. У цій моделі економічна цінність пропозиції, що створюється через використання ключових процесів і

матеріальних ресурсів та отримана завдяки підтримці ззовні ринкового сектора, є підпорядкованою метою на шляху до досягнення головної мети – створення соціальної цінності.

Систематизовано моделі соціального підприємства, що існують в Україні: модель акселератора СП; модель посередника на ринку; модель працевлаштування; модель «плата за послуги»; модель полегшення доступу до послуг і продуктів; модель кооперативу; модель субсидування послуг; модель маркетплейсів.

Мета соціальних підприємств – досягнення сталого розвитку, забезпечуючи фінансову самостійність інноваційними методами. Застосування бізнес-моделей, які вже успішно використовувались у комерційних підприємствах, є ключовим фактором для досягнення успіху соціального підприємства.

6. Розроблено практичні рекомендації щодо інституціоналізації соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави та суспільства.

Запропоновано авторську інтерпретацію соціального підприємства у вигляді модельної конструкції в системі взаємовідносин держави і суспільства, сутність якої полягає у використанні найкращих практик зарубіжних моделей з їх адаптацією в Україні при врахуванні особливостей історичного розвитку СП в Україні на основі комерційних моделей та реалій сьогодення, у якій (аналізуючи бізнес-моделі соціальних підприємств) можна виділити такі компоненти: а) цінність запропонованої соціальної (для бенефіціарів) та економічної (для клієнтів) пропозиції; б) оцінка ресурсів (і відповідних стратегій) в їх взаємодії між державою та суспільством; в) канали розподілу; г) відносини з клієнтами; д) партнерська мережа; е) підприємницька діяльність.

Слід підкреслити, що серед визначених бізнес-моделей соціального підприємства особливе місце посідає модель зайнятості, спрямована насамперед на створення робочих місць для безробітних та соціально незахищених верств населення. Соціальні підприємства можуть і повинні

використовувати бізнес-рішення, раніше розроблені для комерційних підприємств. Метою соціальних підприємств є досягнення сталого розвитку через фінансову підтримку своєї діяльності інноваційними способами. Безсумнівно, використання бізнес-моделей, апробованих у роботі комерційних підприємств, може бути важливим для успіху соціального підприємства.

Основні пропозиції щодо інституціоналізації соціального підприємництва в Україні можуть включати такі пункти:

По-перше, політична підтримка соціального підприємництва: включення питань соціального підприємництва до стратегій і програм державного розвитку, створення робочих груп та комісій для розробки і впровадження заходів підтримки соціального підприємництва.

По-друге, законодавча база: розроблення і прийняття законів та інших нормативно-правових актів регулювання діяльності соціальних підприємств, зокрема щодо їх реєстрації, оподаткування, доступу до фінансових ресурсів тощо.

По-третє, фінансова підтримка: створення фондів і програма фінансування соціального підприємництва, надання пільг та підтримка державних соціальних підприємств.

По-четверте, розвиток інфраструктури: створення бізнес-інкубаторів та асоціацій соціальних підприємств, надання консультацій і підтримка у веденні бізнесу, створення мережі соціальних підприємств. Підвищення освітнього рівня: організація навчання та підвищення кваліфікації соціальних підприємців.

Отже, інституалізація соціального підприємництва в системі взаємовідносин держави і суспільства в Україні матиме позитивні наслідки як для суспільства, так і для держави вцілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрющенко А., Рябець І. М. Соціальне підприємництво як інноваційний механізм підвищення якості життя найбільш уразливих прошарків населення. *SOCIOПРОСТІР: міждисциплінарний збірник наукових робіт з соціології та соціальної роботи.* 2010. № 1. С. 195–198.

2. Бабуся зв'язала: як киянка допомагає пенсіонеркам заробляти. URL: https://rubryka.com/article/babushkamade (дата звернення: 23.01.2023).

3. Бакуменко В. Д. Статті до базового підручника з державного управління. *Збірник вибраних наукових праць :* у 4 ч. Ч. 4. Київ : АМУ, 2016. 265 с.

4. Бандирська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми економіки.* 2009. № 10. С. 60–64.

5. Бергер П., Бергер Б. Що таке інституція? Випадок мови. *Незалежний культурологічний часопис «Ї».* 2004. № 35. URL: http://www.ji.lviv.ua/n35texts/berger.htm2004 (дата звернення: 18.03.2023).

6. Бігняк О. В. Напрямки вдосконалення корпоративного управління в аспекті захисту корпоративних прав учасників корпоративних відносин. *Часопис цивілістики.* 2017. № 22. С. 47.

7. Бідзюра І. Філософія системних реформ в Україні на рубежі століть (політологічний аналіз) : дис. . канд. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2006. 404 с.

8. Бородін Є., Тарасенко Т. Соціальне підприємництво як фактор розвитку соціальної роботи: міждисциплінарний та міжпрофесійний погляд. Аспекти публічного управління. 2022. Том 10. №5. С. 5–15. URL: https://aspects.org.ua/index.php/journal/article/view/957/932; DOI: https://doi.org/10.15421/152230 (дата звернення: 25.07.2023).

9. Біланич Л. Правові основи та методи державного регулювання соціального підприємництва в Україні. *Стратегічний розвиток організації, міст та регіонів :* зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Ужгород, 26–27 жовтня 2017 р. Ужгород, 2017. С. 173–174.

10. Біланич Л. Форми підтримки соціального підприємництва в Україні. *Фінансово-кредитна система: вектор розвитку* : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Ужгород, 26 квітня 2017 р. Ужгород, 2017. С. 107–108.

11. Біланич Л., Голубка О. Порівняння правової бази соціального підприємництва в Україні та Євросоюзі. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика :* матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 18 листопада 2016 р. Запоріжжя, 2016. С. 434–436.

12. Благодійний фонд «Дорога додому». URL: http://ua.wayhome.org.ua/ (дата звернення: 14.02.2023).

13. Босак І. В. Тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні. *Наукові записки*. 2018. № 1 (56). С. 154–160.

14. Бобров В. Я., В. Є. Сафонова, Основи ринкової економіки і підприємництва : підручник. Ч. 1. Київ : Персонал, 2017. 346 с.

15. Боделан В. Теоретико-прикладні аспекти громадсько-державного партнерства. *Аспекти публічного управління*. 2014. № 8. С. 5–14.

16. Бодняк О. Бабуся для корпорації. URL: https://zaxid.net/statti_tag50974/ (дата звернення: 23.01.2023).

17. Важливо, що у людей похилого віку є можливість відпочити і отримати нові знання – Президент зустрівся з учасниками соціальних проектів «Університет третього віку» та «Золотий вік». URL: https://khoda.gov.ua/vazhlivo--shho-u-ljudej-pohilogo-vmozhlivpochiti (дата звернення: 23.01.2023).

18. Виготовлення теплих в'язаних шапок та балаклав військовим на фронт від мам, що чекають на Сумщині. URL: https://mycity.one/projects/momrdnim (дата звернення: 17.04.2023).

19. Вирвалися з окупації та відкрили магазин на Черкащині. Як «Це Крафт» підтримує локальних виробників. URL: https://shotam.info/vyrvalysia-z-okupatsii-ta-vidkryly-mahazyn-na-cherkashchyni-yak-tse-kraft-pidtrymuie-lokalnykh-vyrobnykiv/ (дата звернення: 23.01.2023).

20. Волвенко Н. Інституціалізація політичного дискурсу в перехідному суспільстві (український контекст). *Питання політології. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.* 2008. № 825. С. 51–57.

21. Волосковець Н. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17.

22. Вольвач В. Социальное предпринимательство: как в Украине создают бизнес со смыслом. URL: http://www.uamarket.info (дата звернення: 27.02.2023).

23. Галушка З. Роль соціального підприємництва у забезпеченні розвитку громад. *Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід :* зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 18 травня 2018 р. Київ : КНЕУ, 2018. С. 182–185.

24. Геєць В. М., Панченко Є. Г., Лібанова Є. М. Перехідна економіка : підручник / за ред. В. М. Гейця. Київ : Вища школа, 2003. 591 с.

25. Гнатьєва Т. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент ефективності корпоративної стратегії. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2014. № 2 (74). С. 35–44.

26. Головатий М. Трансформація нової соціальної політики у сучасній Україні: концептуальні засади. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2002. № 1. С. 20.

27. Головінов О. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 2 (36). С. 187–192.

28. Голуб Ю. Ю. Сучасні підходи до класифікації інновацій. *Економічні науки. Серія: Економіка та менеджмент*. 2012. № 9 (2). С. 108–115.

29. Голубь В. В. Інституційна спроможність держави як політичного інституту: постановка проблеми. *Державне управління: теорія і практика:* зб. наук. пр. НАДУ при Президентові України. 2017. № 2. С. 5–12.

30. Голубь В. В. Теорія та історія державного управління. *Актуальні проблеми державного управління.* 2021. № 56 С. 8–16.

31. Голуб'як Н. Соціальне підприємництво як механізм вирішення соціально- політичних проблем. *S.P.A.C.E.* 2017. № 2. С. 16–20.

32. Гончарук Н. Еволюція адміністративної реформи в Україні. *Адміністративна реформа в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи* : монографія / за заг. ред. : Н. Нижник, Н. Гончарук. Дніпропетровськ : Моноліт, 2009. 384 с.

33. Гонюкова Л. В. Моделі та методи прийняття публічно-управлінських рішень. *Public Administration and Regional Development*. 2022. № 18 (1). URL: https://pard.mk.ua/index.php/journal (дата звернення: 12.02.2023).

34. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436IV. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/43615 (дата звернення: 23.02.2021).

35. Грейф А., Інститути і шлях до сучасної економіки. Уроки середньовічної торгівлі. Видавець: ГУ Вискрава школа економіки, 2013. 236 с. АЛЕ ДАНІ Є НЕ ВСІ.

36. Гришина Я. С. Соціальне підприємництво як правова модель забезпечення соціальних потреб. *Університетські наукові записи.* – 2012. – №1. – С. 445-456.

37. Громадський ресторан «Urban Space 100». URL: http://urbanspace.if.ua/uk#idea (дата звернення: 11.05.2023).

38. Державна служба статистики України. URL: http://ukrstat.gov.ua (дата звернення: 25.03.2023).

39. Деякі питання надання грантів бізнесу : Постанова КМУ від 21 червня 2022 р. № 738. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-2022-%D0%BF#Text (дата звернення: 15.03.2023).

40. Деякі питання реалізації стратегії розвитку малого і середнього підприємства в Україні на період до 2020 року. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/deyaki-pitannya-realizaciyi-strategiyi-rozvitku-malogo-i-serednogo-pidpriyemnictva-vukrayini-na-period-do-2020-roku (дата звернення: 17.02.2023).

41. Дєгтяр А. О., Ковальчук В. Г. Антикорупційна політика в органах влади : курс лекцій. Харків : Нац. аерокосм. ун-т. імені М. Є. Жуковського «ХАІ», 2020. 197 с.

42. «Дивосил-Здоров'я» надає різні види послуг молодим людям, хворим на церебральний параліч. URL: https://naiu.org.ua/divosil-zdorov-ya-nadaye-rizni-vidi-poslug-molodim-lyudyam-hvorim-na-tserebralnij-paralich/ (дата звернення: 25.01.2023).

43. Дзюбак А. 5 ідей для розвитку соціального бізнесу у Кропивницькому. URL: https://gre4ka.info/statti/63956-5-idei-dlia-rozvytku-sotsialnoho-biznesu-u-kropyvnytskomu (дата звернення: 25.01.2023).

44. Діденко Ю., Задорожний Г. Методи оцінки ефективності соціальної політики непрацездатного населення на основі інтегрального показника якості життя. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.* 2013. № 1068. С. 54–60.

45. Досвід Сполучених Штатів Америки щодо розвитку та підтримки соціального партнерства. URL: http://slideshare.net/Vovainer/ss-36115255 (дата звернення: 25.01.2023).

46. Довгаль О. Проблеми розвитку соціального підприємництва. *Ефективна економіка*. 2014. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua (дата звернення: 25.01.2023).

47. Довгий С. Особливості інституалізації політичної влади в Україні : автореф. дис. … канд. політ. наук : 23.00.02. Одеса, 2007. 18 с.

48. Дубич К. Менеджеріалізм у наданні державних послуг населенню в соціальній сфері: досвід Великобританії. *Публічне адміністрування: теорія та практика*. 2012. Вип. 2. С. 27–39.

49. Енциклопедія державного управління : у 8 т. / за ред. : Ю. В. Ковбасюка та ін. Київ : НАДУ, 2011. Т. 2. 692 с.

50. Єробота: українці отримали понад 4 000 грантів від держави на розвиток бізнесу. URL: https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-

UA&id=ffb7f231-4a2c-4c9a-92dc-5e76374e3678&title=Robota-UkraintsiOtrimaliPonad4 (дата звернення: 25.01.2023).

51. За партою в 50+. Як Університет третього віку вчить пенсіонерів цифровій грамотності. URL: https://shotam.info/za-partoiu-v-50-yak-universytet-tretoho-viku-vchyt-pensioneriv-tsyfroviy-hramotnosti/ (дата звернення: 25.01.2023).

52. Загакайло О. Социальное предпринимательство – неоцененная необходимость. *Зеркало недели.* 2015. Вип. 2 (48). URL: http://gazeta.zn.ua/economics_of_regions/socialnoe-predprinimatelstvo-neocenennaya-neobhodimost (дата звернення: 25.01.2023)

53. Запуск веб-платформи (маркетплейсу) для соціального підприємства «Ба і Ді фрілансери» (Ba&Di Freelance). URL: https://urbanspace.if.ua/uk/projects/5e3b4aed26bc5e78c9313ff2 (дата звернення: 25.01.2023).

54. Звіт Європейської комісії «Соціальні підприємства та їхні екосистеми в Європі». URL: https://www.euricse.eu/social-enterprises-andtheir-ecosystems-in-europe-mapping-study/ (дата звернення: 25.01.2023).

55. Ільченко В.М. Можливості фінансування соціального підприємництва в Україні. *Підприємництво та інновації.* 2023 (26), 47-51.

56. Ільченко Н. Соціальне підприємство як інструмент економічного та соціального розвитку територіальної громади. *Економіка та держава*. 2010. № 12. С. 127–129.

57. Інтернет-магазин «WormNET». URL: https://wormnet.pro/ (дата звернення: 17.02.2023).

58. Історія бренду шкарпеток від бабусі, що купують великі бізнеси і за кордоном. URL: https://news.blog.net.ua/2023/01/istoriia-brendu-shkarpetok-vid-babusi-shcho-kupuiut-velyki-biznesy-i-za-kordonom/ (дата звернення: 14.05.2023).

59. Каменко І. С. Економіко-правовий аналіз соціального підприємництва в Україні. Сорбона, 2020. 36 с.

60. Каменко І. С. Соціальне підприємництво в Україні. *Економіко-правовий аналіз. EU4Youth – Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні.* 2020.

61. Кармазіна М., Шурбована О. «Інститут» та «інституція»: проблема розрізнення понять. *Політичний менеджмент.* 2006. № 4. С. 10–19.

62. Каталог соціальних підприємств України 2016–2017. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/kataloh-sotsial-nykh-pidpryiemstv-ukrainy-2016-2017-rr/ (дата звернення: 25.04.2023).

63. Кацьора О.В. Ефективні моделі соціального підприємництва. *Соціальні технології: Ефективні моделі теорії та практики.* 2018.Випуск 80 С.116.

64. Кірєєва О. Соціальне підприємство як інструмент державної соціальної політики. 2011. URL: http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf. (дата звернення : 25.02.2021).

65. Кіссе А. Управління етнічними конфліктами: визначення, поняття, особливості та підходи. *Держава і право.* 2005. Вип. 30. С. 676–682.

66. Косович Б. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання становлення. *Економіка та держава.* 2020. № 3. С. 77–81.

67. Кожем'яченко О. О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти становлення в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва.* 2018. Вип. 21. С. 140–149.

68. Кондрашихін А., Пепа Т. Теорія та практика підприємницького ризику : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2019. 224 с.

69. Концепція діяльності центрів освіти «третього віку» в Україні : метод. посіб. / уклад. : А. Горбовий, А. Халецька, О. Степанюк, А. Кухаренко, Д. Спулбер. Київ ; Луцьк, 2017. 116 с.

70. Концепція соціальної держави України : Проєкт Закону України від 2 квітня 2008 р. № 2312. URL: https://ips.ligazakon.net/document/JF1S800A (дата звернення: 15.03.2023).

71. Корнецький А. Veterano Pizza, «Горіховий Дім», «Україна без сміття» – бізнес, який приховує свою соціальність, бо в Україні це непопулярно. Як це змінити. URL: https://forbes.ua/leadership/veterano-pizza-gorikhoviy-dim-ukraina-bez-smittya-biznes-yakiy-prikhovue-svoyu-sotsialnist-bo-v-ukraini-tse-nepopulyarno-yak-tse-zminiti-20112021-2815 (дата звернення: 25.01.2023).

72. Корнецький А. Соціальне підприємництво: Ефективний інструмент подолання соціальних викликів в Україні? *Ukraine-Analysen*. № 210. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidpryiemnytstvo-efektyvnyy-instrument-podolannia-sotsial-nykh-vyklykiv-v-ukraini. (дата звернення: 25.02.2021).

73. Кот Л. Л. Соціальне підприємництво, соціальний підприємець: засади макроекономічного розуміння. *Економіка і суспільство*. 2022. Вип. 39.

74. Краснякова А. Соціальна довіра як умова становлення суб'єкта політичного життя. *Український психологічний журнал :* зб. наук. пр. 2018. № 1 (7). URL: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/viking/db/ftp/univ/upj/upj_2018_07.pdf (дата звернення: 25.01.2023).

75. Крат О. Інституалізація транспарентності державної влади : автореф. дис. … канд. політ. наук : 23.00.02. Чернівці, 2010. 15 с.

76. Кривов'язюк І. В., Гаранчевська І. А. Державне регулювання соціального підприємництва: світовий досвід. *Економічний форум*. 2018. № 3. С. 21–27.

77. Крицкалюк Н. Інституціоналізація громадянського суспільства як чинник становлення демократії в Україні : автореф. дис. … канд. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2016. 20 с.

78. Курбанова А. Як допомогти «стареньким»: 5 організацій, що піклуються про літніх людей. URL: https://shotam.info/yak-dopomohty-starenkym-5-orhanizatsiy-shcho-pikluiutsia-pro-litnikh-liudey/ (дата звернення: 15.03.2023).

79. Куц М. Р. Соціальне підприємництво: основні ідеї та перспективи дослідження в соціології. *Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки*. 2015. Т. 174. С. 51–55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAs_2015_174_10 (дата звернення: 21.04.2023).

80. Лагута Я. Стейкхолдерський підхід в корпоративній соціальній відповідальності компанії. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/29.pdf (дата звернення: 15.03.2023).

81. Лункіна Т. І. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Modern Economics*. 2019. № 15. С. 142–147. URL: https://modecon.mnau.edu.ua/issue/15-2019/lunkyna.pdf (дата звернення: 15.03.2023).

82. Макарова О. Державні соціальні програми: теоретичні аспекти, методика розробки та оцінка. Київ : Ліра, 2004.

83. Мозговая Н.А. Соціально-правові проблеми розвитку соціального підприємництва в Україні. Теорія та історія держави і права. №2 2022. С 19-26.

84. Миколаїва М. Політична система сучасної України: процеси інституціональних змін і стабілізації : автореф. дис. … канд. політ. наук : 23.00.02. Одесса, 2003. 20 с.

85. Москвин Д. О категориях «политические институты» и «субъекты политики». *Мультимедиа журнал «Проект Ахей»*. URL: http://mmj.ru/index.-php?id=170 (дата обращения: 10.03.2023).

86. Музей у темряві «Третя після опівночі». URL: https://0300.com.ua/about (дата звернення: 10.01.2023).

87. Мурашко Д. Великому бізнесу варто підтримувати соціальне підприємництво. URL: http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/vukraini/141-dmytro-murashko-velykomu-biznesu-vartopidtrymuvaty-sotsialne-pidpryiemnytstvo (дата звернення: 10.01.2023).

88. Мурашко М. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2009. № 2. С. 114–122.

89. Назарук В. 5 великих можливостей для розвитку соціального підприємництва в Україні. *Соціальне підприємництво в Україні*. 2016. URL: http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/vukraini/156-5-velykykh-mozhlyvostei-dlia-rozvytku-sotsialnoho-pidpryiemnytstva-v-ukraini (дата звернення: 05.03.2021).

90. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 4. С. 34–39. URL: http\\www.caseatduke.org\dokuments\dees_sedef.pdf (дата звернення: 18.02.2023).

91. Новікова О. Ф., Осауленко О. Г., Калачова І. В. Соціально-економічна захищеність населення України. Донецьк : Київ : ІЕП НАН України ; Держкомстат України, 2001. 360 с.

92. Норд Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / пер. з англ. І. Дзюб. Київ : Основи, 2002. 198 с.

93. Огляд міжнародного досвіду. *Громадський Простір*. URL: chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.prostir.ua/wp-content/uploads/2018/12.pdf (дата звернення: 10.01.2023).

94. Олійник М. Інституційна динаміка фінансового сектору в умовах ринкової трансформації економіки України. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_4/Oliynyk_409.htm (дата звернення: 10.01.2023).

95. Опанасюк В. Становлення інститутів державної влади в добу гетьманату Б. Хмельницького: дефініція понять. *Менеджмент за умов трансформаційних новацій: виклики, реформи, досягнення* : матер. Міжнар. наук. конф. : у 2 ч. Ч. 1. Суми : СОІППО, 2007. С. 67–69.

96. Освітній простір Юлії Семенюк. URL: https://eduspace.com.ua/ (дата звернення: 10.01.2023).

97. Осовська Г. В., Масловська Л. Ц., Осовський О. А. Менеджмент організацій : підручник. Київ : Кондор Видавництво, 2015. 366 с.

98. Осовська Г. В., Осовський О. А. Стратегія управління підприємством. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. № 1. С. 84–93.

99. Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023 р.). URL: https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-liutyi-berezen-2023r (дата звернення: 10.01.2023).

100. Петровський П. М., Обіход М. М. Теоретико-методологічні засади публічного управління розвитком соціальних послуг для дітей та сімей з дітьми в місцевих територіальних громадах. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. № 4 (60). С. 68–76.

101. Петруня Ю. Є., Літовченко Б. В., Пасічник Т. О. Прийняття управлінських рішень : навч. посіб. / за ред. Ю. Є. Петруні. 4-те вид., перероб. і допов. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2020. 276 с.

102. Півторак О. Становлення демократичних інститутів і особливості їх функціонування в умовах реформування перехідних суспільств : автореф. дис. … канд. політ. наук : 23.00.02. Одеса, 2005. 18 с.

103. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text (дата звернення: 28.04.2021).

104. Політика регіональних органів влади: теорія та практика : монографія / за ред. В. П. Єлагіна. Харків, 2004. 178 с.

105. Політико-правові інститути сучасності: структура, функції, ефективність : монографія / за заг. ред. М. І. Панова, Л. М. Герасіної. Київ : Видавничий дім ІнЮре, 2005. 424 с.

106. Політологія : навч. посіб. для вузів / упоряд. : М. І. Сазонов. Харків : Фоліо, 1998, 735 с.

107. Портал державних послуг Дія. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/novini/100-dniv-vijni-dla-biznesu-statistika-vid-evropejskoi-biznes-asociacii (дата звернення: 10.01.2023).

108. Порядок надання роботодавцям компенсацій за працевлаштування зареєстрованих безробітних : Постанова Кабінету Міністрів від 10 лютого 2023 р. № 124 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-2023-%D0%BF#Text (дата звернення: 10.01.2023).

109. Постсоветский институционализм / под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. Донецк : Каштан, 2005. 480 с.

110. Президент готовий списати заборгованість 80% фопів у зв'язку з карантином. 2021. URL: https://opendatabot.ua/blog/487-fop-debt (дата звернення: 16.03.2023).

111. Про благодійну діяльність та благодійні організації : Закон України від 5 липня 2012 р. № 5073VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17#Text (дата звернення: 25.02.2021).

112. Про відходи : Закон України від 17 жовтня 2019 р. № 2207-2. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/187/98-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 25.01.2023).

113. Про внесення зміни до статті 154 Податкового кодексу України (щодо державної підтримки соціальних підприємств) : Проєкт Закону. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=10623&skl=7 (дата звернення: 15.03.2023).

114. Про затвердження плану заходів на 2019 рік щодо реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016–2020 роки від 14 серпня 2019 р. Кабінет Міністрів України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/657-2019-р (дата звернення: 21.07.2023).

115. Про затвердження Порядку здійснення заходів сприяння зайнятості, повернення коштів, спрямованих на фінансування таких заходів, у

разі порушення гарантій зайнятості для внутрішньо переміщених осіб : Постанова Кабінету Міністрів від 8 вересня 2015 р. № 696. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/696-2015-%D0%BF#Text (дата звернення: 10.01.2023).

116. Про затвердження Порядку надання допомоги по частковому безробіттю : Постанова КМУ від 21 червня 2022 р. № 702. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/702-2022-%D0%BF#Text (дата звернення: 10.01.2023).

117. Про затвердження Порядку надання роботодавцю компенсації витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні : Постанова КМУ від 20 березня 2022 р. № 331. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-2022-%D0%BF#Text (дата звернення: 10.01.2023).

118. Про затвердження Порядку професійної підготовки : Постанова КМУ від 24 березня 2023 р. № 264. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/264-2023-%D0%BF#Text (дата звернення: 15.03.2023).

119. Про комплексну програму соціального захисту населення Дніпропетровської області на 2020–2024 роки. URL: https://oblrada.dp.gov.ua/rishennia/sklikannia-7/xx-sesiya/%E2%84%96-534-20vi%D1%96-13-12-2019-%D1%80/ (дата звернення: 15.03.2023).

120. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 2 березня 2015 р. № 222-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 23. Ст. 158.

121. Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні : Закон України від 20 грудня 2020 р. № 875-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#TextXII (дата звернення: 25.02.2021).

122. Про підприємництво : Закон України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text (дата звернення: 25.02.2021).

123. Про соціальне підприємництво. URL: www.socialbusiness.in.ua (дата звернення: 15.03.2023).

124. Про соціальні підприємства : Проєкт Закону України від 23 квітня 2015 р. № 2710. URL: https://ips.ligazakon.net/document/JH23A00A?an=218 (дата звернення: 15.03.2023).

125. Про соціальні підприємства : Проєкт Закону України. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=43720 (дата звернення: 15.03.2023).

126. Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021-2026 роки від 27.09.2021 № 487/2021. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/487/2021#Text (дата звернення: 15.03.2023).

127. Про схвалення Стратегії державної політики з питань здорового та активного довголіття населення на період до 2022 року. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/10-2018-%D1%80 (дата звернення: 15.03.2023).

128. Проблеми модернізації політичних систем сучасності : монографія / за заг. ред. Л. М. Герасіної, О. Г. Данильяна. Київ : Право, 2008. 320 с.

129. Проєкт вноситься народними депутатами України В. Г. Хара, О. М. Стояном, Я. М. Сухим «Концепція соціальної держави України» : Закон України від 2 квітня 2008 р. № 2312. URL: https://ips.ligazakon.net/document/JF1S800A (дата звернення: 17.07.2023).

130. Ребкало В., Шкляр Л. Політичні інститути в процесі реформування системи влади. Київ : вид-во НАДУ ; Міленіум, 2003. 172 с.

131. Реформа публічного управління в Україні: виклики, стратегії, майбутнє : монографія / відп. ред. І. А. Грицяк. Київ : К.І.С., 2009. 240 с.

132. Розвиток соціального підприємництва в Україні. Біла книга / за заг. ред. В. Кокотя. Київ, 2020.

133. Розвиток соціального підприємництва в Україні та його роль у реінтеграції Донбасу. *Аналітична записка*. URL: https://niss.gov.ua/doslidzhennya/regionalniy-rozvitok/rozvitoksocialnogopidpriemnictva-v-ukraini-ta-yogo-rol-u (дата звернення: 05.03.2021).

134. Романюк А. Порівняльний аналіз політичних систем країн Західної Європи: інституційний вимір. Львів : Тріада плюс, 2004. 392 с.

135. Роменська Ю. Социальное предпринимательство в Украине. *Вектор экономики*. 2017. № 6 (12). С. 30–38.

136. Руда Р. Аналіз ефективної діяльності підприємства: необхідність та методика. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2012. № 4 (20). С. 109–111.

137. Савицька Н., Мелушова І. Торговельне підприємництво : навч.-метод. посіб. Харків : вид-во Іванченка І. С., 2017. 214 с.

138. Сагайдак Ю. Підприємницька діяльність як основна форма реалізації економічних прав людини. *Теоретико-правовий аспект. Підприємництво, господарство і право*. 2016. № 7. С. 44–48.

139. Сандакова О. Соціальне підприємництво: що це? *Наша громада*. 2010. № 1. С. 19–24.

140. Свереда З. Соціальне підприємництво: що підказує Україні Європейський досвід. *Європейська правда*. 2016. URL: https://www.eurointegration.com.ua/experts/2016/06/1/7050099/ (дата звернення: 18.02.2023).

141. Свинчук А. Соціальне підприємництво як особлива форма організації господарської діяльності. *Формування ринкової економіки* : зб. наук. пр. Ч. 2. Київ : КНЕУ, 2012. С. 141–148.

142. Свинчук А. А. Організаційні механізми розвитку соціальних підприємств в Україні. Київ, 2016.

143. Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : посібник. Київ : ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ»«, 2017. 188 с.

144. Ситник Г., Олуйко В., Вавринчук М. П. Національна безпека України: теорія і практика : навч. посіб. Київ : вид-во Кондор, 2007. 616 с.

145. Сітарський С. Інституалізація діяльності органів державної влади в контексті врегулювання політичних конфліктів. *Економіка та держава*. 2014. № 9. С. 117–123.

146. Скребець О. Інститут парламентаризму в контексті досвіду демократичної трансформації сучасних суспільств : автореф. дис. … канд. політ. наук : 23.00.02. Сімферопіль, 2005. 19 с.

147. Славіна Д. Конвенціональність у публічному адмініструванні та проблеми її реалізації в сучасній Україні. *Становлення публічного адміністрування в Україні* : матер. X Конф. студентів та молодих учених за міжнар. участю / за заг. ред. О. Б. Кірєєвої. Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2019. С. 310–313.

148. Смаглій К. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво? URL: http://socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpryiemnytstvo (дата звернення: 05.03.2021).

149. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво : посібник. Київ : ПРОМІС, 2017. 58 с.

150. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів. Київ : Наш формат, 2019. 736 с.

151. Солосіч О. С. Вплив інтелектуалізації економічних процесів на економічну безпеку підприємницьких суб'єктів. *Розвиток суб'єктів економічної діяльності в сучасних умовах господарювання* : матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 24–25 листопада 2022 р. Харків, 2022. С. 83–85.

152. Сортування та переробка сміття в Україні. URL: https://mcl.kiev.ua/sortirovka-i-pererabotka-musora-v-ukraine/ (дата звернення: 15.03.2023).

153. Сотула О. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988 (дата звернення: 15.03.2023).

154. Соціальне підприємництво та COVID-19: як подолати кризу?. *Українська соціальна академія*. 2020. URL: https://social-academy.com.ua/about/ (дата звернення: 15.03.2023).

155. Соціальне підприємництво як неоціненна необхідність для України. URL: https://voxukraine.org/uk/sotsialne-pidpryemnytstvo-yakneotsinenna-neobhidnist-dlya-ukrainy-ua/ (дата звернення: 15.03.2023).

156. Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва: практичне керівництво. Київ, 2015. 68 с. URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriiemstva.pdf (дата звернення: 18.02.2023).

157. Спрямовуємо відчайдушні ідеї в соціальний бізнес. URL: https://sochange.webflow.io/ (дата звернення: 14.02.2023).

158. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 травня 2017 р. № 504-р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-р (дата звернення: 05.03.2021).

159. Trava.UA. Карпатські авторські чаї та зілля. URL: https://m.facebook.com/Trava.UA.tea/?wtsid=rdr_0oNy3oURHt5cStzFx (дата звернення: 14.05.2023).

160. Тофтісова-Матерон Р. Булейн Н., Дімітрова М., Ньюмен К., Ліцензування суб'єктів надання соціальних послуг. Порівняльний аналіз відповідних практик в європейських країнах. Соціальні послуги: як побудувати українську модель на європейських підходах. Київ : Проект К., 2006. 225 с.

161. Третина малих підприємців втратили більше 50% доходів. 2020. URL: https://eba.com.ua/tretyna-malyh-pidpryyemtsiv-vtratyly-bilshe-50-dohodiv/ (дата звернення: 14.02.2023).

162. У кондитерській-студії «ФіолЄтово» відкрилася виставка картин Вікторії Манайло-Приходько. URL: https://varosh.com.ua/miscya/u-kondyterskij-studiyi-fiolyetovo-vidkrylasya-vystavka-kartyn-viktoriyi-manajlo-pryhodko/ (дата звернення: 15.03.2023).

163. Ущаповський Ю. Структура економіки в контексті системного підходу інституційного аналізу. *Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая*, Вип. 37–3. С. 31–36.

164. Француз А. Поняття демократичної політичної системи: співвідношення нормативного, інституційного та процедурного підходів у сучасній політико-правовій науці. *Держава і право. Юридичні і політичні науки.* 2005. Вип. 27. С. 186–193.

165. Центри підтримки та розвитку жінок Запорізької області. URL: https://www.facebook.com/SafeSpacesZaporizhzhia (дата звернення: 24.07.2023).

166. Череп А., Стрілець Є. Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка.* 2013. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_1_26 (дата звернення: 25.01.2023).

167. Черчик Л. М. Моделі соціального підприємництва. *Науковий вісник Полісся.* № 2 (11). С. 72–76.

168. Чухно А., Юхименко П. І., Леоненко П. М. Сучасні економічні теорії : підручник / за ред. А. А. Чухна. Київ : Знання, 2007. 878 с.

169. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. В. Старка. Київ : вид. дім «Києво-Могил. акад.», 2011. 242 с.

170. Як люди з інвалідністю вирощують під Вінницею овочі та зелень. URL: https://shotam.info/yak-liudy-z-invalidnistiu-vyroshchuiut-pid-vinnytseiu-ovochi-ta-zelen-video/ (дата звернення: 15.03.2023).

171. Яременка О. Соціальна політика: теоретико методологічні основи дослідження процесів формування та ефективності реалізації. Київ : Ін-т економіки та прогнозування НАН України ; УІСД імені Олександра Яремменка, 2006. 480 с.

172. Ящук Т., Бурдужа І. Становлення соціального підприємництва в Україні. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю :* матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 15 березня 2019 р. / упоряд. : О. А. Іващенко. Київ, 2019. С. 276–279.

173. Acemoglu D., Robinson J. A. Economic Origins of Dictatorship and Democracy. New York : Cambridge University Press, 2006. 434 p.

174. Al Deeb Strategic marketing management. 2011. URL: http://www.slideshare.net/aeldeeb/ (date of request: 15.03.2023).

175. Alter K. Modele przedsiębiorstw społecznych. Przedsiębiorstwo społeczne. Antologia kluczowych tekstów / red. : J. J. Wygnański. Warszawa : Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, 2008.

176. Alvord S. H., Brown L. D., Letts C. W. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory. *The Journal of Applied Behavioral Science*. 2004. № 40. P. 260–282.

177. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social Entrepreneurship: Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Rev. Adm. (São Paulo)*. 2012. Vol. 47. № 3.

178. Bednarczyk M., Kurleto M. Od strategicznej filantropii przedsiębiorstw do przedsiębiorczości społecznej / red. : B. Kaczmarek. *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Księga jubileuszowa dla Profesora Czesława Sikorskiego*. Łódź :Wyd. UŁ, 2013.

179. Borzaga Carlo. Empreendedorismo Social: A Perspetiva do Turismo Comunitário. Trento, 2017.

180. Brzóska J. Modele biznesu – orientacja na innowacyjność i konkurencyjność, Innowacje jako czynnik dynamizujący modele biznesowe / red. : J. Brzóska. Gliwice : Wyd. Politechniki Śląskiej, 2014.

181. Chelariu G. The Social Economy Enterprises in Romania. *«Ovidius» University Annals, Economic Sciences Series*. 2017. Vol. 17. Iss. 2. URL: http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/ENG/2017-2/Section%20III/5.pdf (date of request: 12.02.2023).

182. COVID Response Alliance for Social Entrepreneurs. 2020. URL: https://www.weforum.org/covid-alliance-for-socialentrepreneurs#:~:text=The%20COVID%20Response%20Alliance%20for,respond%20to%20the%2 0second%20wave (date of request: 21.02.2023).

183. Ciepielewska-Kowalik A. Social enterprises and their ecosystems in Europe. Poland : Luxembourg : Publications Office of the European Union. URL: https://europa.eu/!Qq64ny (date of request: 12.02.2023).

184. Dacin A., Dacin T., Matear M. Social Enterprenauership, why we don't need a new theory and how we move forward from Life. 2012. URL: http://mason.wm.edu/entrepreneurship/major_programs/se/ (date of request: 18.03.2023).

185. Dees G. The Meaning of Social Entrepreneurship. Durham : Duke University, 2001. URL: http://www.labforculture.org/en/resourcesfor-research/contents/research-in-focus/social-entrepreneurship/research-mapping/the-meaning-of-social-entrepreneurship (date of request: 15.03.2023).

186. Defourny J., Byppo C. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2010. Vol. 1. № 1. P. 32–53.

187. Defourny J., Develtere P. Ekonomia społeczna: ogólnoświatowy trzeci sektor / red. : J. J. Wygnański. Warszawa : Przedsiębiorstwo społeczne, FISE, 2008.

188. Defourny J., Nyssens, M. Conceptions of Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. *EMES Working Papers*. 2010. № 08/01. P. 36.

189. Defourny J., Nyssens M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2010. Vol. 1. № 1. P. 32–53.

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

191. Doherty B., Haugh H., Fergus L. F. Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*. 2014. URL: http://onlinelibrary.wiley.com/ (date of request: 18.03.2023).

192. Drayton B. Social entrepreneurs don't want to help. They want to change the world. URL: http://www.egonzehnder.com/files/drayton_ int_2_1.pdf (date of request: 21.03.2023).

193. Drucker P. The Age of Social Transformation. *The Atlantic Monthly*. 1994. P. 53–80. URL: http://www.owl.ru/eng/womplus/1997/drucker.htm (date of request: 01.03.2023).

194. Drzewiecki J. Model biznesu a strategia organizacji: podobieństwa, różnice. *Nauki o zarządzaniu. Management Science*. 2011. № 8.

195. Emprendedores Frente al COVID-19. URL: https://www.emprendedoresfrentealcovid19.org/ (date of request: 25.03.2023).

196. Esping-Andersen G. The Three Worlds of Welfare Capitalism. USA : Princeton University Press Polity Press, 1990. 248 p.

197. European Commission. Growth. Sectors of the Social economy in the EU: Social enterprises. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en/ (date of request: 18.03.2023)

198. Foster W., Kim P., Christiansen B. 10 Nonprofit Funding Models. *The Stanford Social Innovation Review*. Spring, 2009.

199. Fuduric N. The Sources of Entrepreneurial Opportiunites: Individuals & Enviromental : Doctoral Research. Denmark : Aalborg University, 2008. P. 2–5.

200. Fostering Social Entrepreneurship in Brazil. URL: http://weforum.org/pdf/schwabfound/Linklaters_Schwab_Report.pdf (date of request: 18.03.2023).

201. Glumakov A. My story. URL: https://work4ua.org/en/story/anton-glumakov-kyyiv (date of request: 15.06.2023).

202. Goldstein J., Hazy J., Silberstang J. A Complexity Science Model of Social Innovation in Social Enterprise. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2010. № 1 (1). P. 101–125.

203. Gołębiowski T., Dudzik T. M., Lewandowska M., Witek-Hajduk M. Modele biznesu polskich przedsiębiorstw. Warszawa : Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, 2008. 348 p.

204. Golub V. V., Sitsinskiy A. S., Hasiuk I. L., Semenchenko A. I., Dubov D. V. Security and efficiency of public administration of the socio-humanitarian sector of Ukraine. *Rivista di studi sulla sostenibilita*. 2020. № 2.

205. Grewiński M., Wronka M. Gospodarka społeczna w UE i w Polsce – międzyprzedsiębiorczością społeczną i CSR / red. : A. Frączkiewicz-Wronka, M. Grewiński. *Przedsiębiorczość w Polsce – bariery i perspektywy rozwoju.* Warszawa : Agencja Reklamowo-WydawniczaArkadiusz Grzegorczyk, 2012.

206. Herbst J. Kondycja ekonomii społecznej w Polsce. *Ekonomia Społeczna*. 2006. № 10. Warszawa : Europejski Fundusz Społeczny.

207. Herbst J. Niekonomia społeczna – o tym jak polskie organizacje nie chcą być przedsiębiorstwami społecznymi. URL: www.ngo.pl/files/gazeta.ngo.pl/public/Archiwum/2006/gazetaNGO_10.pdf (data złożenia wniosku: 08.04.2023).

208. Horton S., Farnham D. Public management in Britain. New York : Palgrave Macmillan, 1999. 290 p.

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

210. Ip M. Promoting Social Entrepreneurship in Japan. 2012. URL: http://www.socialenterprisebuzz.com/2012/05/07/promoting-social-entrepreneurshipin-japan/ (date of request: 25.01.2023).

211. Kaplan S. Modele biznesowe nie są zarezerwowane dla biznesu. 2013. URL: http://www.hbrp.pl/news.php?id=541. 2013 (data złożenia wniosku: 15.03.2023).

212. Kayser O., Budinich M. Scaling up Business Solutions to Social Problems. A Practical Guide for Social and Corporate Entreprise. United Kingdom : Palgrave Macmilla, 2015.

213. Kozlenko T. My story. URL: https://work4ua.org/en/story/tatyana-kozlenko-harkov/ (daye of request: 12.05.2023).

214. Kuczyńska M. N. Przedsiębiorstwo społeczne i zakres jego działalności. / red. : A. Ejsmont, J. Ruszewski. *Ekonomia społeczna dla rozwoju społeczności lokalnych.* Suwałki : Pryzmat, 2013.

215. Kurleto M. Model przedsiębiorstwa społecznego. Difin : Warszawa : Lista przedsiębiorstw społecznych, 2016. URL: https://www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/Lista,przedsiebiorstw,spolecznych,4069.html (data złożenia wniosku: 10.02.2022).

216. Legal structures for Social Ventures: Social Enterprise, Social Business and cooperatives in Canada. URL: http://www.marsdd.com/mars-library/legal-structures-for-socialventures-socialenterprisesocial-business-and-cooperatives-in-canada/ (date of request: 19.05.2023).

217. Lévesque B., Joyal A., Chouinard O. Présentation. L'autre économie. Une économie alternative. *L'autre économie. Une économie alternative.* Québec : Presses de l'Université du Québec, coll. «Études d'économie politique», 1989.

218. Magretta J. Why Business Models Matter? *Harvard Business Review.* 2002.

219. Mair J., Marty I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business.* 2006. № 41. P. 36–44.

220. Martin L., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition Stanford. *Social Innovation Review.* 2007. № 14. URL: http://www.ssireview.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition (date of request: 08.04.2023).

221. Michelini L. Social Innovation and New Business Model Creating Shared Value in Low. Heidelberg : New York : Dordrecht : London : Income Markets, 2012.

222. Moore M., Khagrama S. On Creating Public Value: What Business Might Learn from Government About Strategic Management. Cambridge : Harvard University, 2004.

223. Myrda G. The Political Element in the Development of Economic Theory. Cambridge, 1954.

224. Nesterenko R. My story. URL: https://work4ua.org/en/story/roman-nesterenko-zaporizhzhya (date of request: 02.03.2023).

225. Nextbillion. URL: https://nextbillion.net/ (date of request: 05.05.2021).

226. Nogalski B. Modele biznesu jako narzędzia reorientacji strategicznej przedsiębiorstw. Krytycznie i twórczo o zarządzaniu: wybrane zagadnienia / red. W. Kieżun. Warszawa : Wolters Kluwer Polska, 2011.

227. Osborne D., Gaebler T. Reinventing Government. How the Entrepreneurial Spirit Is Transforming the Public Sector. Penguin Publishing Group, 1993. 432 p.

228. Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries. New Jersey : Game Changers and Challengers, 2010.

229. Pasternak A. Zarządzanie funduszami unijnymi a rozwój przedsiębiorczości w gminach województwa śląskiego. URL: http://repozytorium.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/10644/monografia_fundusze_1p.pdf?sequence=1&isAllowed=y (data złożenia wniosku: 12.02.2023).

230. 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 (date of request: 21.06.2023).

231. Peredo A. M., McLean M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*. 2006. № 41 (1). P. 56–65. URL:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstractid=1197663 (date of request: 17.02.2021).

232. Pidopryhora E. My story. URL: https://work4ua.org/en/story/yelyzaveta-pidoprygora-kyyiv/ (date of request: 11.05.2023).

233. Pletenuik T. My story. URL: https://work4ua.org/en/story/taras-pletenyuk-uman/ (date of request: 11.05.2023).

234. Pollack J., Vanepps E., Hayes A. The moderating role of social ties on entrepreneurs' depressed affect and withdrawal intentions in response to economic stress. *Journal of Organizational Behavior*. 2020. № 33. P. 789–810.

235. Policy options and instruments for financing innovation: a practical guide to early-stage financing. United Nations – Geneva, 2009. 62 p.

236. Porter M. What is Strategy. Harvard Business Review, 1996.

237. Prochorova O. My story. URL: https://work4ua.org/en/story/oksana-prohorova-herson (date of request: 14.03.2023).

238. Przedsiębiorstwo turystyczne. Zasady i praktyka / red. : Bednarczyk M. Warszawa : Wyd. Fachowe CeDeWu, 2010.

239. 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 (date of request: 15.04.2023).

240. Public Private Partnership Legislation in Washington State. URL: http://www.pacificalawgroup.com/public-privatepartnershiplegislation-in washington-state/ (date of request: 21.06.2023).

241. Raszeja-Ossowska I. Jak dobrze mierzyć wartość dodaną? *Europejskie standardy*. 2014. URL: http://witrynawiejska.org.pl/data/PES%20DOTACJE.pdf (date of request: 08.04.2023).

242. Smallbone D., Evans M., Ekanem I., Butters S. Researching social enterprise, final report to the small business service. *Centre for Enterprise and Economic*. URL: www.bis.gov.uk/files/file38361.pdf (date of request: 21.01.2023).

243. Social Enterprise Business Models. URL: https://learn.marsdd.com/article/social-enterprise-business-models/ (date of request: 08.04.2023).

244. Social economy and social entrepreneurship – Social Europe guide. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2013. Vol. 4. 108 p.

245. State Authorities (Public Partnership Arrangements). 2002. URL: http:/www.irishstatutebook.ie/2002/en/act/pub/0001/sec0003.html (date of request: 27.03.2023).

246. Szarfenberg R. Krytyka i afirmacja polityki społecznej. Warszawa : OW Aspra-Jr, 2006.

247. Szarfenberg R. SáaboĞci trzeciego sektora i partnerstwa publiczno-prywatnego. URL: https://www.academia.edu/1945089/S%C5%82abo%C5%9Bci_trzeciego_sektora_i_partnerstwa_publiczno-prywatnego (date of request: 08.04.2023).

248. Social Enterprise Social Innovation and Social Entrepreneurship in Poland: A National Report. URL: http://fp7-efeseiis.eu/nationalreport-poland (date of request: 08.04.2023).

249. Social Enterprise Solutions for 21st Century Challenges. The UK Model of Social Enterprise and Experience. *Publications of the Ministry of Employment and the Economy*. 2010. URL: http://tem.fi/files/26789/TEM_25_2010_netti.pdf (date of request: 24.06.2023).

250. Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth. URL: http://www.bwbllp.com/knowledge/2015/10/21/ocial-enterprise-in-europe-developinglegal-systems-which-support-social-enterprise-growth/ (date of request: 24.06.2023).

251. Social enterprise in the united states and abroad. NCNE. URL: http://www.nationalcne.org/index.cfm/fuseaction/feature.display/feature_id/141/inde (date of request: 24.06.2023).

252. Social Entrepreneurship in India. *Overseas Indian Facilitation Centre*. URL: http://oifc.in/social-entrepreneurshipindia (date of request: 24.06.2023).

253. Tackling social problems with business solutions. URL: http://www.dw.com/en/tackling-social-problems-with-business-solutions/a-18204095 (date of request: 02.03.2023).

254. The Development of Social Entrepreneurs in Germany. URL: http://uni-muenster.de/imperia/md/content/ifpol/mitarbeiter/zimmer/developement_of_social_entrepreneurs.pdf (date of request: 24.06.2023).

255. The Possibilists. URL: https://thepossibilists.org/ (date of request: 15.04.2023).

256. Thomas C. The role of social entrepreneurship in community development. A research report submitted to the Faculty of Commerce, Law and Management. University of the Witwatersrand. 2019. URL: https://tdsa.net/index.php/td/article/view/474/973 (date of request: 02.03.2023).

257. UN General Assembly Resolution. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development : Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015. URL: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E (date of request: 05.03.2021).

258. Wagner A., Donald O. Speech on the Social Question. Social Reformers. Adam Smith to John Dewey. New York : Macmillan, 1939. P. 489–506.

259. What is Revenue Model? URL: http://www.businessdictionary.com/definition/revenuemodel.html#ixzz33p67Ztsq (date of request: 02.03.2023).

260. Wright E. Taking the Social in Socialism Seriously. Wisconsin : University of Wisconsin, 2004. URL: https://www.ssc.wisc.edu/~wright/Socialism.pdf (date of request: 02.03.2023).

261. Marianna M. Ruchkina and Oksana O. Sakaliuk Svitlana Khadzhyradieva1, Nataliia M. Chernenko, Nataliya B. Larina. Risks in Public Administration in the Context of Globalisation. International Journal of Criminology and Sociology. 2020/12

262. Goshovska, V., Kisiel, I., Lukina, L., Gorulko, O., & Nehulevskyi, I. (2022). Development of democratic values as a basis for the consolidation of modern Ukrainian society. Amazonia Investiga, 11(57), 221-231.

263. Vira Halunko; Nadiia Maksimentseva; Oleksandr Poltoratskyi; Maksym Maksimentsev; Administrative, financial, criminal-legal and theoretical-methodological aspects of regulating social relations in government bodies. Cuestiones Políticas Aceptado el 26/01/23.

ДОДАТКИ

Додаток А

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Праці, які відображають основні наукові результати дисертації:

1. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як механізм соціальних перетворень і сталого розвитку підприємницької діяльності. *Право та державне управління*. 2021. Вип. 1. С. 146–153.

2. Комісаренко А. О. Пандемія COVID-19 як каталізатор соціальних перетворень. *Державне будівництво.* 2021. Вип. 1. С. 100–112.

3. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як ефективний механізм сталого розвитку в Україні. *Вісник НАДУ. Серія: Державне управління.* 2021. Вип. 1. С. 140–147.

4. Комісаренко А. О. Суспільство, держава, економіка: закономірності взаємодії. Розвиток держави через соціальні механізми соціального простору. *Вчені записки*. 2022. Вип. 1. Т. 33 (72). С. 51–57.

5. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як інструмент соціальної політики : зб. наук. пр. *Право та державне управління.* 2022. Вип. 1. С. 151–155.

6. Комісаренко А. О. Розвиток держави через інноваційні механізми соціального простору : зб. наук. пр. *Право та державне управління. Серія Методологія, теорія та історія публічного управління*. 2022. Вип. 3. С. 128–132. URL: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/issue-3-2022

7. Комісаренко А. О. Зарубіжний досвід інституалізації та розвитку соціального підприємництва. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія: Екологія. Публічне управління та адміністрування.* 2023. Вип. 3. С. 105–110.

Статті в іноземних виданнях
(статті у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science):

8. Kryshtanovych S., Lyubomirova N., Tymofeev S., Shmygel O., Komisarenko A. Modeling Ways of Counteraction to External Threats to Corporate Security of Engineering Enterprises in the Context of COVID-19. *International Information and Engineering Technology Assotiation, International Journal of Safety and Security*. 2022. № 12 (2). P. 217–222.

Праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

9. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як механізм соціальних перетворень та сталого розвитку підприємницької діяльності. *Публічне управління та адміністрування: конкурентні виклики сучасності* : IV Всеукр. наук.-практ. ін-т-конф., Львів, 9 квітня 2021 р. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2021. С. 24–25.

10. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як механізм соціально орієнтованого розвитку держави та суспільства. *Соціально-відповідальне суспільство: реалії, виклики, перспективи :* Всеукр. наук. конф. м. Мелітополь, 14 травня 2021 р. Мелітополь : Таврійський ДАУ імені Дмитра Моторного, 2021. С. 72–74.

11. Комісаренко А. О. Роль держави в розвитку соціального підприємництва. *Модернізація професійної підготовки державних службовців в умовах глобальних викликів та сучасних змін в суспільстві :* Міжнар. круглий стіл Україна – Литва, м. Київ, 8 липня 2021 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2021. С. 29–30.

12. Комісаренко А. О. Пандемія COVID-19 як каталізатор соціальних перетворень. *30 років незалежності України: досягнення, виклики, перспективи :* Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 вересня 2021 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2021. С. 180–182.

13. Комісаренко А. О. Публічне управління та адміністрування економічними процесами в умовах пандемії COVID-19. *Публічне управління та адміністрування на сучасному етапі державотворення* : І Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. 20–21 жовтня 2021 р. Київ, 2021. С. 44–45.

14. Комісаренко А. О. Роль соціального підприємнтцтва в розвитку соціально-економічних відносин в Україні. *Наука, освіта, технології та суспільство: актуальні проблеми теорії та практики :* Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 25 травня 2022 р. Полтава : Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2022. С. 57–58.

15. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво в Україні як спосіб захисту незахищених верств населення під час війни. *Глобалізаційні виклики: урядування майбутнього» :* Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 7–8 червня 2022 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2022. С. 40–41.

16. Комісаренко А. О. Проблеми соціального підприємництва в умовах війни в Україні. *Шевченківська весна – 2022: публічне управління та державна служба :* Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 квітня 2022 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2022. С. 142–143.

17. Комісаренко А. О. Розвиток держави через механізми соціального простору. *Незалежність України: сучасна доктрина і практика публічного управління :* Міжнар. круглий стіл до Дня незалежності України, м. Київ, 22 серпня 2022 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2022. С. 140–142.

18. Комісаренко А. О. Розвиток держави через інноваційні механізми соціального простору. *Вітчизняний парламентаризм: сучасні виміри гідності та свободи українського народу :* Міжнар. круглий стіл до Дня Гідності та Свободи України НРІ ПУДС КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ, 23 листопада 2022 р. Київ, 2022. С. 69–70.

19. Комісаренко А. О. Особливості соціального підприємництва в кризовий період. *Соборність України: політика духовної спільності, національних традицій і цінностей* : 10-й ювілейний щорічний Всеукр. наук.-

практ. круглий стіл до Дня Соборності України, м. Київ, 25 січня 2023 р. Київ : НРІ ПУДС КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. С. 71–72.

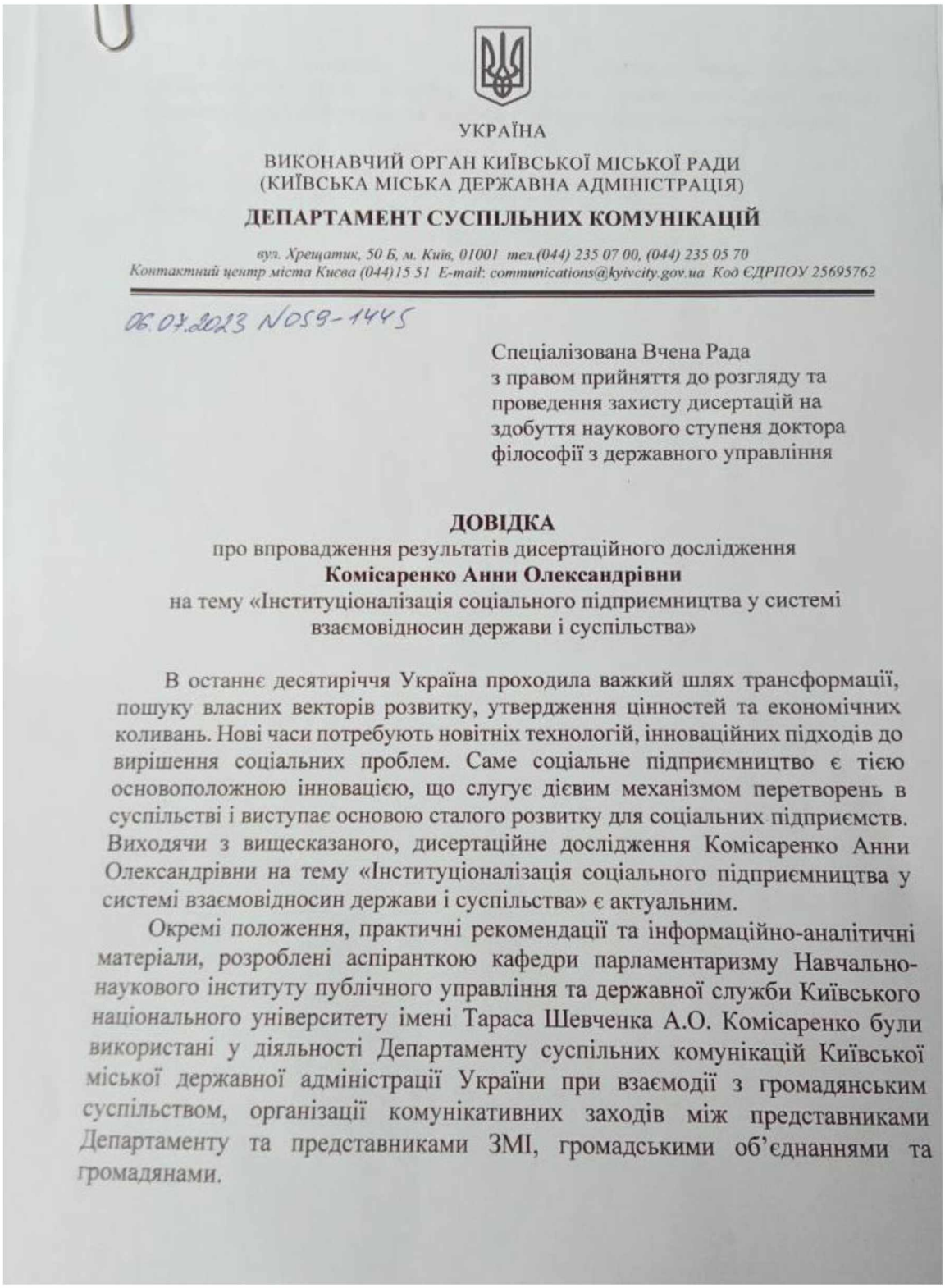
20. Комісаренко А. О. Соціальне підприємництво як інструмент соціальної політики. *Шевченківська весна – 2023: публічне управління та державна служба :* XXI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 23 березня 2023 р. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. С. 19–20.

21. Комісаренко А. О. Особливості розвитку соціального підприємництва в кризовий період. *Fut ure of Work: Technological, Generational and Social Shifts :* II Міжнар. наук.-практ. ін-т-конф. Наукове товариство студентів, аспірантів і молодих вчених Дніпровської академії неперервної освіти (Дніпро, Україна) та редакція Міжнародного електронного науково-практичного журналу «WayScience», м. Дніпро, 11–12 травня 2023 р. Дніпро, 2023. С. 93–94.

Додаток Б

Додаток Б1

Довідки про впровадження результатів дослідження



УКРАЇНА

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

вул. Хрещатик, 50 Б, м. Київ, 01001 тел.(044) 235 07 00, (044) 235 05 70
Контактний центр міста Києва (044)15 51 E-mail: communications@kyivcity.gov.ua Код ЄДРПОУ 25695762

06.07.2023 N059-1445

Спеціалізована Вчена Рада
з правом прийняття до розгляду та
проведення захисту дисертацій на
здобуття наукового ступеня доктора
філософії з державного управління

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Комісаренко Анни Олександрівни
на тему «Інституціоналізація соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства»

В останнє десятиріччя Україна проходила важкий шлях трансформації, пошуку власних векторів розвитку, утвердження цінностей та економічних коливань. Нові часи потребують новітніх технологій, інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Саме соціальне підприємництво є тією основоположною інновацією, що слугує дієвим механізмом перетворень в суспільстві і виступає основою сталого розвитку для соціальних підприємств. Виходячи з вищесказаного, дисертаційне дослідження Комісаренко Анни Олександрівни на тему «Інституціоналізація соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства» є актуальним.

Окремі положення, практичні рекомендації та інформаційно-аналітичні матеріали, розроблені аспіранткою кафедри парламентаризму Навчально-наукового інституту публічного управління та державної служби Київського національного університету імені Тараса Шевченка А.О. Комісаренко були використані у діяльності Департаменту суспільних комунікацій Київської міської державної адміністрації України при взаємодії з громадянським суспільством, організації комунікативних заходів між представниками Департаменту та представниками ЗМІ, громадськими об'єднаннями та громадянами.

Зокрема, висновки і пропозиції дисертанта були використані Департаментом при розробці матеріалів щодо створення органів самоорганізації населення (ОСН) в частині навчально-методичної допомоги.

Директор Роман ЛЕЛЮК

Додаток Б2

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ ТА СПЕЦІАЛЬНОЇ ОСВІТИ
м. Дніпро, пр. Дмитра Яворницького, 35, корпус № 4, кімн. 47
Телефон: +38 (056) 766-49-47 ; E-mail: dec_fps@dsu.dp.ua

№ 375-88-380 04 вересня 2023 р.

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Комісаренко Анни Олександрівни
на тему «Інституціоналізація соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства»

Результати дисертаційного дослідження Комісаренко Анни Олександрівни на тему «Інституціоналізація соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства» характеризуються належним теоретичним та методологічним рівнем та мають значну практичну значимість.

Практичні рекомендації та інформаційно-аналітичні матеріали, розроблені аспіранткою кафедри парламентаризму Навчально-наукового інституту публічного управління та державної служби Київського національного університету імені Тараса Шевченка А.О. Комісаренко були використані на факультеті психології та спеціальної освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара при розробці лекційних матеріалів та практичних занять з дисциплін, які передбачені освітньою програмою «Психологія управління» та «Психологія» спеціальності 053 Психологія. Зокрема, результати дисертаційного дослідження були включені у методичне забезпечення таких дисциплін: «Самоменеджмент особистості», «Психологія управління», «Психологія освітнього менеджменту», де соціальне підприємництво розглядувалось як інструмент реалізації професійного потенціалу психологів та їх самозайнятості.

Сучасні виклики українського суспільства, а саме війна та проблеми внутрішньо переміщених осіб, створюють додаткові причини щодо активізації соціальних ініціатив. Вважаючи соціальне підприємництво ефективною формою допомоги соціально незахищеним верстам населення, висновки і пропозиції дисертанта були використані у роботі Центру соціальних ініціатив та волонтерства факультету психології та спеціальної освіти в частині підготовки волонтерів для надання психолого-педагогічних послуг населенню.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ ТА СПЕЦІАЛЬНОЇ ОСВІТИ

В.о. декана факультету Зоя БОНДАРЕНКО

Додаток Б3

ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСНА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
СПІЛКА ІНВАЛІДІВ ЗАПОРІЗЬКОГО КРАЮ
69002 Україна м. Запоріжжя
Вулиця Перша Ливарна, 40 офіс 519
ЄДРПОУ 37167455 т.:+380951600015
helpinzp@gmail.com

ZAPORIZHIA REGIONAL NON-GOVERNMENT ORGANIZATION
UNION OF THE DISABLED OF ZAPORIZHZHIA REGION
69002 Ukraine Zaporizhzhia
40, First Foundry street, room 519
Code 37167455 т.:+380951120000
https://uodp.com.ua

2010 2023

Спеціалізована Вчена Рада
з правом прийняття до розгляду
та проведення захисту дисертацій
на здобуття наукового ступеня доктора
філософії з державного управління

№ 0717-3 від 17.07.2023 р.

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження

Комісаренко Анни Олександрівни

на тему «Інституціоналізація соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства»

Результати дисертаційного дослідження Комісаренко Анни Олександрівни на тему «Інституціоналізація соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства» були використані при розробці сумісного проекту з Crown Agents Limited (Crown Agents) «Допомога доступна», мета проекту полягає у розбудові стійкої системи громадської соціальної підтримки на місцевому рівні в кризовий період. Основна діяльність ЗОГО «СПІЛКА ІНВАЛІДІВ ЗАПОРІЗЬКОГО КРАЮ» представництво інтересів осіб з

інвалідністю в межах прифронтових громад Запорізької області, а також професійна та соціальна адаптація осіб з інвалідністю.

Інформаційно – аналітичні матеріали дисертації було використано при підготовці інфографіки до проекту «Допомога доступна». Практичні рекомендації та висновки, розроблені аспіранткою кафедри парламентаризму Навчально-наукового інституту публічного управління та державної служби Київського національного університету імені Тараса Шевченка А.О. Комісаренко були використані при підготовці матеріалів для серії семінарів та круглого столу за участю Департаменту соціального захисту населення ЗОДА.

Тема дисертаційного дослідження «Інституціоналізація соціального підприємництва у системі взаємовідносин держави і суспільства» є актуальною, особливо враховуючи необхідність розвитку соціального підприємництва в кризовий період.

Голова правління

Олександр Юрійович ЛАТІЙ