

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЙОГО РОЛЬ У СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

М. НАУМОВА

Київський Національний Університет ім. Тараса Шевченка

У статті розглянуті зарубіжні та вітчизняні підходи до визначення поняття соціального підприємництва, охарактеризовані його риси, наведено порівняльний аналіз соціального підприємництва з філантропією, пожертвами, соціально відповідальним бізнесом, запропоновано шляхи активізації розвитку соціального підприємництва в Україні.

В статье рассмотрены зарубежные и отечественные подходы к определению понятия социального предпринимательства, охарактеризованы его черты, приведен сравнительный анализ социального предпринимательства с филантропией, пожертвованиями, социально ответственным бизнесом, предложены пути активизации развития социального предпринимательства в Украине.

The paper is devoted to the review of the foreign and domestic approaches to the definition of social entrepreneurship and its main. Comparative analysis of social entrepreneurship in comparison to philanthropy, donations, social responsibility is held. Ways to enhance the social entrepreneurship are suggested for the development of Ukraine.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальна цінність, вирішення соціальних проблем, філантропія, пожертва, соціально відповідальний бізнес.

Постановка проблеми. На сьогодні світ стикається з багатьма гострими соціальними проблемами в економічній, соціальній та екологічній сферах, що першочергово вимагають пошуку шляхів їх вирішення. Природні катастрофи, глобальне потепління, економічна нерівність, бідність, стан здоров'я населення, його зростаючі соціальні потреби, нестійкий розвиток підприємств – це лише деякі з цих проблем.

Ідея соціального підприємництва привернула увагу науковців та бізнесменів, на тлі сучасного загострення багатьох соціальних, екологічних та економічних проблем, ставши новою парадигмою підприємницького мислення. Багато урядових та приватних філантропічних зусиль не виправдовують

очікувань суспільства, особливо у періоди скорочення державних видатків на соціально-економічні програми. А соціальне підприємництво поєднує ділову винахідливість з власними матеріальними ресурсами, виступаючи механізмом виявлення та ефективного вирішення окреслених проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливий внесок у розробку та аналіз проблем, пов'язаних з розвитком соціального підприємництва внесли вчені С. Алворд, Г. Діс, Б. Дрейтон, Дж. Майр, І. Марті, М. Маклін, А. Передо, Р. Спір¹ та інші. Серед українських авторів, які досліджують проблеми соціального підприємництва, можна відзначити роботи З. Галушки, О. Кіреєвої, В. Удодової, В. Шаповал².

¹Alvord S.H. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study / S.H. Alvord, L.D. Brown, C.W. Letts // The Journal of Applied Behavioral Science. – 2004. – № 40. – P. 260–282; Dees J.G. The meaning of “social entrepreneurship” [Електронний ресурс] / J.G. Dees. – Режим доступу: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf; Дис Г.Дж. Лабораторія знань [Електронний ресурс] / Г.Дж. Дис //Финансы и развитие, ежеквартальный журнал Международного валютного фонда. – Декабрь, 2012. – Вып. 49. – №4. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/fandd/2012/12/pdf/dees.pdf>; Interview with Ashoka Founder Bill Drayton “Social entrepreneurs don’t want to help. They want to change the world”. – Режим доступу: http://www.egonzehnder.com/files/drayton_int_2_1.pdf; Mair J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight / J. Mair, I. Marti // Journal of World Business. – 2006. – № 41(1). – P. 36–44; Peredo A.M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept / A.M. Peredo, M. McLean // Journal of World Business. – 2006. – №41(1). – P. 56–65; Spear R. Social entrepreneurship: A different model / R. Spears // International Journal of Social Economics. – 2006. – №33. – P. 399–410.

²Галушка З. І. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні / З.І. Галушка // Вісник серія Економіка. – К.:ВПЦ “Київський національний університет” №148. – 2013. – С. 15–17; Кіреєва О.Б. Соціальне підприємництво як інструмент соціальної політики [Електронний ресурс] / О. Б. Кіреєва // Актуальні проблеми державного управління та місцевого самоврядування: зб. наук. пр. – Д. : ДРІДУ НАДУ. – 2010. – Вып. 3 (6). – Режим доступу: [http://www.dbuara.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dbuara.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf); Удодова В.І. Дослідження досвіду функціонування національних моделей соціального підприємства / В. І. Удодова, В. І. Шаповал // Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна. – Харків : Видавництво ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 1964. – №1042: Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. Вып.1. – 2013. – С. 105–108.

Зважаючи на наявний науковий доробок з цієї проблематики, зауважуємо, що дефініція соціально-го підприємництва не має загальноприйнятого визначення у світовій та вітчизняній науці, тому потребує подальших досліджень.

Метою статті є з'ясування сутності поняття соціального підприємництва, дослідження його характеристик, значення та стану розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальне підприємництво почало динамічно розвиватись та стало об'єктом наукових досліджень наприкінці 1980-х років в Італії завдяки поширенню кооперативного руху. Так, на законодавчому рівні було врегульовано діяльність соціальних кооперативів. Ці кооперативи поділялися на дві групи. До першої групи відносилися кооперативи із соціального обслуговування, які надавали послуги у сфері охорони здоров'я, освіти, догляду за людьми похилого віку та інвалідами. Друга група кооперативів спеціалізувалася на наданні послуг із працевлаштування незахищених верств населення. Діяльність цих кооперативів була пов'язана з ідентифікацією та вирішенням нагальних соціальних проблем широкого кола громадян, що стало соціально-економічною та правовою інновацією в цій країні.

У наукових публікаціях термін «соціальне підприємництво» можна знайти вперше в 1972 р., завдяки Б. Дрейтону, засновнику «Ашока». «Ашока» (Ashoka) – найбільша міжнародна організація, що об'єднує лідерів соціального підприємництва з усього світу, чия діяльність спрямована на системне вирішення найбільш гострих соціальних проблем.

Б. Дрейтон³ визнає соціальне підприємництво як інноваційний підхід, завдяки якому індивіди можуть вирішити серйозні соціальні проблеми, з якими стикається їх спільнота. Діяльність соціального підприємця полягає в розпізнанні ситуації, коли частина суспільства обмежена у своєму розвитку та усуненні відповідних обмежень. Б. Дрейтон підкреслює, що соціальне підприємництво є беззаперечно важливим інструментом для економічного та соціального розвитку не лише для слабозрозумітих, але й для країн, що розвиваються, та розвинутих країн.

Соціальне підприємництво є рушійною силою в адаптації суспільства до кризових явищ у економіці. Нобелівський лауреат Д. Норт вважає, що «адаптивна ефективність» посилюється при

«децентралізованому прийнятті рішень, що дозволяє суспільству направляти максимальні зусилля на вивчення альтернативних способів вирішення проблем»⁴. Соціальні підприємці – це люди, які самостійно займаються вирішенням проблем, розробляючи та впроваджуючи такі альтернативні способи.

Як вказує Д. Норт⁵ здатність до адаптації – це «готовність суспільства здобувати знання і досвід, впроваджувати новаторські рішення, приймати ризик і застосовувати всілякі творчі підходи, а також з часом вирішувати проблеми і усувати вузькі місця в суспільстві».

Концепція соціального підприємництва тривалий час висвітлювалася в контексті венчурного підприємництва та діяльності неприбуткових організацій, стрімко розповсюджуючись на сферу вирішення соціальних проблем і потреб, – сферу де створюється соціальна цінність.

У науковій спільноті досі дискутується єдина теоретична інтерпретація поняття соціального підприємництва.

Розглянемо детально суперечливі питання тлумачення цього поняття.

Термін соціальне підприємництво не достатньо однозначно визначено, і його компоненти нечітко висвітлені у науковій літературі. Багато дослідників з соціального підприємництва прийняли поняття та термінологію, використовувану в підприємницькій літературі⁶. В цьому відношенні одним з найбільш суперечливих питань є те, чи формують роботи з проблематики соціального підприємництва незалежний напрям соціально-економічних досліджень.

Поняття соціального підприємництва виникає на стику ідей Сея, Шумпетера та Друкера про традиційне підприємництво, націлене на отримання прибутку, та благодійної діяльності, покликаної вирішувати соціальні проблеми суспільства і сприяти появі позитивних соціальних зрушень, – вбираючи їх найкращі властивості.

Найбільшого поширення у зарубіжній науковій літературі набуло визначення соціального підприємництва, запропоноване американським професором Грегором Дісом, який виділив п'ять факторів, що визначають соціальне підприємництво, а саме:

1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага);

³Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.egonzehnder.com/files/drayton_int_2_1.pdf

⁴North D.C. Institutions, Institutional Change, and Economic Performance / D.C. North. – New York: Cambridge University Press. – P. 81.

⁵Там само.

⁶Spears R. Social entrepreneurship: A different model / R. Spears // International Journal of Social Economics. – 2006. – №33. – P. 399-410.

2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;

3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання;

4) рішучість дій, що не обмежується наявними ресурсами;

5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством⁷

Відповідно до Г. Діса⁸, метою підприємства є створення найкращої цінності для його споживачів, в той час як основна мета соціального підприємництва полягає у пошуку та реалізації можливостей для виявлення та вирішення соціальних потреб та їх зміни.

Як стверджує Г. Діс⁹, соціальна місія є ключовою для соціального підприємництва. Це стає очевидним з огляду на те, як соціальне підприємництво розпізнає та оцінює можливості розвитку суспільства. Робота соціального підприємця зосереджена на виявленні та вирішенні проблем шляхом зміни застарілої соціальної системи, застосування рішення та переконання всього суспільства в його ефективності.

У комерційному підприємстві отриманий прибуток може бути використаний як кінцевий показник цінності, що створило підприємство¹⁰. Г. Діс робить висновок про те, що у випадку, коли підприємець не здатний забезпечити достатній платоспроможний попит на свій товар, за ціною набагато вищою, ніж його собівартість, це є індикатором недостатньої цінності створеного ним товару для суспільства. З одного боку, підприємці, які не здатні створити товару достатньої суспільної цінності, зрештою втрачають ресурси для забезпечення та розвитку виробництва, що є причиною припинення їх діяльності на ринку. З іншого боку, підприємці, які успішно створюють цінність, що визначається суспільством мають кошти і залучення необхідних ресурсів для подальшого розвитку та посилюють свої конкурентні позиції на ринку.

К. Альтер¹¹ вважає принциповим те, що в практиці різноманітних форм соціального підприємництва,

соціальна та економічна цінність важко віддільні одна від одної. На підтвердження, вона наводить концепцію «змішаної цінності» Дж. Емерсона, що отримала популярність у зв'язку з активною участю бізнесу в реалізації принципів соціальної відповідальності. Концепція змішаної цінності включає в себе 3 компоненти – економічну, соціальну та екологічну цінності. Традиційно вважається, що некомерційні організації відповідають за створення соціальних та екологічних цінностей, а комерційні – за економічні. Насправді, обидва типи організацій формують усі три компоненти цінності.

Серед прикладів соціального підприємництва, що орієнтоване на створення соціальної цінності для споживачів, наведемо діяльність компанії D.light design, Inc. Компанія була заснована в 2007 р. з місією забезпечувати бідне населення Індії, що не має доступу до електропостачання, відповідними освітлювальними приладами за доступними цінами, що працюють на сонячній енергії. Продукція компанії замінює газові лампи на альтернативні джерела світла, дозволяє людям заощаджувати значні кошти, запобігає пожежам з необережності, зменшує негативні екстерналиї із забруднення навколишнього середовища викидами двоокису вуглецю. Результати діяльності цієї компанії вражаючі – її продукцією користуються понад 2,2 мільйона дітей шкільного віку, що дозволило зменшити викиди 276000 тонн двоокису вуглецю і заощадила користувачам більше 100 млн. дол. США витрат на енергію¹².

Європейські вчені Дж. Майр і І. Марті¹³ узагальнили концепцію соціального підприємництва як процес створення вартості шляхом поєднання ресурсів організації в новий спосіб для реалізації можливостей, що сприяють створенню соціальної цінності, стимулюють соціальні зміни або дозволяють виявити соціальні потреби. Ми є прихильниками такого визначення. Ця концепція показує, що соціальне підприємництво є бізнес-підходом, ідентичним до підприємництва, але відмінним за місією та метою діяльності.

Відповідно до Дж. Майр та І. Марті¹⁴ підходи до визначення соціального підприємництва можна

⁷Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf – Р. 4.

⁸Там само.

⁹Там само.

¹⁰Там само. – Р. 3

¹¹Баталина М. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России: препринт WH1/2008/02 / М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – С. 23.

¹²Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/fandd/2012/12/pdf/dees.pdf>. – Р. 15–16.

¹³Mair J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight / J. Mair, I. Marti // Journal of World Business. – 2006. – №41(1). – Р. 37–41.

¹⁴Там само. – Р. 37.

поділити на три категорії. Одна група дослідників підкреслює створення соціальної цінності неприбутковими організаціями. Друга група дослідників визначає це поняття як відповідальність комерційних підприємств. А третя група дослідників розглядає соціальне підприємництво як засіб для вирішення соціальних проблем і сприяння процесам соціальної трансформації.

Науковці А. Передо і М. Маклін¹⁵ наголошують на тому, що соціальне підприємництво здійснюється, коли індивід та організація прагнуть створити соціальну цінність новим або вже добре відомим способом. Важливо підкреслити, що соціальне підприємництво віддає перевагу створенню саме соціальних цінностей, а не економічних, що створюються іншими формами підприємництва.

А. Передо і М. Маклін стверджують, що соціальне підприємництво виявляється в тих ситуаціях, коли особа (або група осіб):

- 1) націлена на створення соціальної цінності;
- 2) показує масштаб розпізнання та використання можливостей створення соціальної цінності;
- 3) використовує інновації, починаючи від винаходу до адаптації новинки, створює та/або поширює соціальні цінності;
- 4) готова прийняти ризики вище середнього рівня у створенні та поширенні соціальної цінності;
- 5) незвично винахідлива в умовах недостатнього обсягу ресурсів, займаючись соціальним підприємництвом¹⁶.

С. Алворд, Л. Браун та К. Леттс¹⁷ використовують термін «соціальні перетворення» замість «соціальні зміни» і стверджують, що соціальне підприємництво є каталізатором соціальних перетворень більше, ніж це вимагає мета його здійснення і є мобілізатором соціальних суб'єктів щодо втілення спільних цілей. Соціальна трансформація складається з трьох типів змін, з якими пов'язане соціальне підприємництво: культурні, економічні та політичні.

На думку російських вчених А. Курило і Е. Немковича, соціальні підприємства – це комерційні підприємства, які, задовольняючи суспільні потреби, методично вирішують проблеми соціально

незахищених категорій громадян, отримуючи при цьому оптимальний прибуток. Водночас некомерційні організації та благодійні фонди для вирішення проблем слабко захищених категорій громадян використовують залучені фінансові кошти у вигляді грантів, пожертв та державної допомоги¹⁸.

Перебуваючи у центрі уваги, коло досліджень з соціального підприємництва продовжує розширюватись. Але, незважаючи на зростання ролі соціального підприємництва, дослідження цього феномену в Україні залишаються дещо обмеженими у науковій літературі.

Український вчений З. Галушка вважає, що соціальне підприємництво ґрунтується на усвідомленні суб'єктом свого обов'язку перед суспільством, що виражається в розумінні його потреб як особисто цінних і пріоритетних над груповими. З. Галушка стверджує, що відмінність традиційного підприємництва від соціального полягає у безпосередньому сприянні соціального підприємництва позитивним змінам у суспільстві засобами, відмінними від традиційної благодійності¹⁹.

Проведений нами аналіз вітчизняної літератури дозволяє стверджувати, що дослідники плутають або об'єднують в одне ціле поняття соціальне підприємництво з соціально відповідальним бізнесом, філантропією та пожертвами. Ми вважаємо, що соціальне підприємництво, філантропія та пожертви принципово відрізняються як напрями благодійної діяльності. Філантропи та соціальні підприємства обирають різні способи на шляху до досягнення поставленої мети. Філантропи працюють для здійснення благодійної діяльності, для передачі благ на добровільній основі на користь знедолених та бідних верств населення, незалежно від оцінки економічної цінності. Пожертва є неприбутковою та передбачає допомогу цільового характеру тим, хто її потребує. Соціально відповідальний бізнес характеризується прагненням досягти позитивних соціальних змін завдяки корпоративній соціальній відповідальності, зокрема встановлення справедливої заробітної плати працівникам, використання екологічно чистої сировини та технологій у виробництві тощо.

¹⁵Peredo A.M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept / A.M. Peredo, M. McLean // Journal of World Business. – 2006. – № 41(1). – P. 56–65.

¹⁶Там само. – P. 25.

¹⁷Alvord S.H. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study / S.H. Alvord, L.D. Brown, C.W. Letts // The Journal of Applied Behavioral Science. – 2004. – № 40. – P. 260–282.

¹⁸Курило А. Е. Зарождение социального предпринимательства в Республике Карелия / А. Е. Курило, Е. Г. Немкович // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2012. – №7 (126), вып. 22/1. – С. 14.

¹⁹Галушка З. І. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні / З. І. Галушка // Вісник серія Економіка. – К.: ВПЦ «Київський національний університет» №148. – 2013. – С. 17.

Але соціально відповідальний бізнес ставить за мету, в першу чергу, максимізацію прибутку акціонерів. Соціальне підприємництво працює на індивідуальному рівні, базуючись на припущенні створення цінності для розвитку суспільства за рахунок пропозиції продукції у будь-яких умовах функціонування економіки та спрямуванні прибутку не на виплату дивідендів, а на усунення соціальних проблем або розвиток підприємства. Соціальне підприємництво спрямоване на створення нових робочих місць, економічний розвиток, що нерозривно пов'язаний з матеріальним споживанням і заощадженням, а також зростанням платоспроможності населення. Соціальне підприємництво базується на трьох взаємопов'язаних складових діяльності: соціальна (наприклад, працевлаштування інвалідів, залучення маргіналізованих груп населення до громадського життя), комерційна (наприклад, впровадження інновацій для забезпечення потреб неплатоспроможного населення, отримання прибутку), неприбуткова (наприклад, залучення до розвитку діяльності підприємства власності державного сектору, територіальних громад та громадських, благодійних і релігійних організацій).

Проведене нами дослідження наукової літератури дозволяє стверджувати, що соціальне підприємництво розглядають або як форму благодійності, або як нову форму підприємництва.

Проаналізувавши різні визначення та концепції соціального підприємництва, ми доходимо висновку, що це поняття включає дві компоненти:

1) виявлення та застосування бізнес-можливостей через привертання уваги до нових проблем, що ще не ідентифіковані або недостатньо вирішені традиційними підприємствами;

2) створення соціальних цінностей для тих верств населення, які найбільше їх потребують, таких як безробітні, особи з інвалідністю тощо.

В Україні соціальне підприємництво не отримало поки такого серйозного розмаху, як за кордоном. Проте в останні роки воно динамічно розвивається.

Значний негативний вплив на поширення соціального підприємництва в Україні спричиняє відсутність нормативно-правової бази, що регулювала б діяльність соціальних підприємств, а також незначний обсяг інформації в ЗМІ про діяльність численних підприємців-ентузіастів.

Слід також звернути увагу на те, що на сьогодні українські вищі навчальні заклади недостатньо активні у справі включення соціального підприємництва в освітні програми, що призводить до того, що українські студенти не одержують інформації про роль соціального підприємництва для розвитку громадянського суспільства і про можливість, що воно відкриває для їх особистої реалізації. Це породжує відсутність системного підходу до виховання та підготовки кваліфікованих кадрів для здійснення діяльності у сфері соціального підприємництва.

Відповідно до законопроекту «Про соціальні підприємства» народного депутата О. Фельдмана, 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)²⁰.

Отримання статусу соціального підприємства за проектом Закону надаватиме підприємствам право на державну підтримку у вигляді пільг з оподаткування, при провадженні інвестиційної діяльності, у земельних питаннях, поворотної та безповоротної фінансової допомоги, позик, сприяння у наданні пріоритетів при розміщенні державного замовлення і виконанні державних цільових програм, у працевлаштуванні вразливих категорій осіб та в інших формах, передбачених законом²¹.

Передбачається, що рішення про надання статусу соціального підприємства буде прийматися Міжвідомчою комісією з питань державної підтримки соціальних підприємств.

Нині в Україні існує чимало організацій, що займаються підтримкою соціального підприємництва: Український фонд підтримки підприємництва, Міжнародний фонд «Відродження», Сокальська агенція регіонального розвитку, Благодійний фонд «Благовіст», Благодійне підприємство «Перлина Буковини», Благодійна організація «Центр допомоги дітям-інвалідам» та інші. Усі ці громадські організації сприяють популяризації в нашій країні соціального підприємництва.

²⁰Проект Закону про соціальні підприємства. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=10610&skl=7

²¹Там само.

Починаючи з 2010 р. реалізується проект «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні» в пілотних регіонах України, а саме у Львівській та Донецькій областях, зусиллями Британської Ради в Україні, Фонду Східна Європа, PricewaterhouseCoopers в Україні, Erste Банку та Міжнародного фонду «Відродження» за сприяння Erste Stiftung та Українського фонду підтримки підприємництва.

В рамках проекту «Сприяння соціальному підприємству» створюються спеціальні центри, що надають соціальним підприємствам комплексну підтримку у започаткуванні та розвитку їхньої діяльності, проводять тренінги та навчання соціальних підприємців, здійснюють просвітницьку роботу²².

Ми вважаємо, що для активізації розвитку соціального підприємництва в Україні нині необхідним є:

- закон про соціальне підприємництво, що визначав би чіткі критерії соціального підприємництва та створив правові механізми підтримки соціальних підприємців;
- поширення інформації про соціальне підприємство через засоби ЗМІ;
- створення спеціальних кредитних і позикових програм для залучення фінансових коштів на першому етапі розвитку соціального підприємництва;
- започаткування програм з професійного навчання бажаючих для здійснення діяльності у сфері соціального підприємництва;
- нарощення соціального капіталу для підвищення рівня взаємодовіри та взаємодії у суспільстві.

Розвиток соціального підприємництва в Україні – це тривалий процес, масштаб і темпи якого неможливо прогнозувати, що пояснюється децентралізованим характером цих процесів. Однак цей процес можна пришвидшити, якщо проводити

активну соціально-економічну політику, розглядати формування соціального підприємництва як важливий самостійний напрям політики соціально-економічних реформ.

Зростання активності громадян через створення соціальних підприємств, їх співпраця з владою дозволить розпочати в Україні вирішення такої надзвичайно актуальної проблеми, як побудова соціальної держави і громадянського суспільства.

Висновки. Ми вважаємо, що соціальне підприємство у сучасних реаліях спрямоване на прискорення позитивних соціальних змін, забезпечуючи задоволення базових людських потреб у оптимальний спосіб. Воно може і має бути ключовим фактором сталого розвитку не лише окремої місцевості, а й країни в цілому.

Соціальне підприємство характеризується такими головними рисами, як здатність підприємця отримувати прибуток, вирішуючи гострі соціальні проблеми у суспільстві, сприяючи не лише їх усуненню, але й якісно новому розвитку потенціалу населення.

Порівняльне вивчення здобутків зарубіжних вчених у сфері соціального підприємництва дозволить побудувати більш повну та цілісну картину тієї системи вирішення актуальних для населення проблем розвитку, що об'єктивно складається в сучасній Україні.

Соціальне підприємство як соціально-економічний підхід зосереджує увагу на важливих соціальних проблемах, креативно поєднує та втілює соціальні та бізнес-підходи для створення одночасно соціальної та економічної цінності, вираженої в продукції підприємства. На відміну від інших напрямів відповідальної діяльності, соціальне підприємство дозволяє гармонійно поєднувати високі темпи економічного зростання організацій з підвищенням якості життя населення.



²²Фонд Східна Європа. – Режим доступу: <http://eef.org.ua/index.php?page=catalog&id=137&pid=1&prj&lang=ua>